

Der Entwurf des so zu einem „Masterplan“ ausgearbeiteten Stadtentwicklungskonzeptes wird in einer Veranstaltung den Mitwirkenden am Beteiligungsprozess vorgestellt und abschließend, falls notwendig, um evtl. Anregungen ergänzt.

Die Vorstellung des Entwurfs ist für das 1. Quartal 2006 vorgesehen. Der abschließende „Masterplan“ soll den politischen Entscheidungsgremien im 2. Quartal 2006 vorgelegt werden.

Peter Todeskino
Bürgermeister



Dokumentation

des

Beteiligungsprozesses

zum

Struktur- und Entwicklungskonzept

für den Wirtschaftsstandort Kiel

Impressum:

Herausgeberin:

Landeshauptstadt Kiel

Stadtplanungsamt

Postfach 1152, 24099 Kiel

Fax: 0431/901-62745

Auskünfte erteilt: Ursula Bertleff, Tel. 0431/901-2253

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe gestattet.

Auflagenhöhe: 500 Exemplare

© 10/2005 - Amt 61

Gliederung

1.	Statusbericht zum Beteiligungsprozess	1
2.	Auftaktveranstaltung am 08.04.2005	2
2.1.	Auszüge der Begrüßungsrede und Zusammenfassung des Einführungsvortrags	2
2.1.1.	Begrüßung Oberbürgermeisterin Angelika Volquartz, Landeshauptstadt Kiel	2
2.1.2.	Einführungsvortrag Prof. Dr. Rolf J. Langhammer, Institut für Weltwirtschaft, Kiel	4
3.	Position: Kiel ist die maritime Landeshauptstadt im Norden	8
3.1.	Forum 1: Kiel ist die maritime Landeshauptstadt im Norden (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005).....	8
3.2.	Workshop „Zukunftsbranchen für Kiel“ am 18.05.2005.....	12
4.	Position: Kiel ist das Bildungs- und Wissenschaftszentrum in Schleswig-Holstein	15
4.1.	Forum 2: Kiel ist das Bildungs- und Wissenschaftszentrum in Schleswig-Holstein (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005)	15
4.2.	Workshop „Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft“ am 10.06.2005.....	19
5.	Position: Kiel ist Lebensqualität an der Ostsee	22
5.1.	Forum 3: Kiel ist Lebensqualität an der Ostsee (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005).....	22
5.2.	Workshop „Neue Events für Kiel (Kultur, Sport, Tourismus)“ am 25.05.2005	26
6.	Position: Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege.....	31
6.1.	Forum 4: Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005).....	31
6.2.	Workshop „Stadtmarketing – Ist Kiel schon klar?“ am 01.06.2005.....	35

Statusbericht zum Beteiligungsprozess

Am 20. Januar 2005 hat die Ratsversammlung der Landeshauptstadt Kiel das Struktur- und Entwicklungskonzept für den Wirtschaftsstandort Kiel (Drucksache 1321/2004) beschlossen. Die Wirtschaftsdezernentin, Frau Oberbürgermeisterin Angelika Volquartz, hat der Ratsversammlung am gleichen Tag mitgeteilt (Drucksache 1438/2004), dass einen Beteiligungsprozess zum Struktur- und Entwicklungskonzept für das Jahr 2005 vorgesehen ist.

Der Beteiligungsprozess wird mit dem Ziel verfolgt, durch eine intensive, lösungsorientierte Debatte gemeinsame Projekte der Stadt mit dem Land, der regionalen Wirtschaft und Wissenschaft zur Weiterentwicklung des Standorts Kiel voranzutreiben.

Am 08.04.2005 wurde die Auftaktveranstaltung, einschließlich vier parallel stattfindender Fachforen, durchgeführt. Im Mai und Juni 2005 fanden vier Workshops zu Themen, die sich aus den Foren der Auftaktveranstaltung ergeben hatten, statt.

Zur Auftaktveranstaltung wurden die Mitglieder der Ratsversammlung, Vertreterinnen und Vertreter der Verwaltungen der Landeshauptstadt Kiel und des Landes Schleswig-Holstein, Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft sowie Verbänden eingeladen. Ca. 180 Personen haben die Einladung angenommen und in den angebotenen Fachforen mitgearbeitet.

Die Auftaktveranstaltung verlief in drei Phasen

- Im Plenum wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Begrüßung durch Frau Oberbürgermeisterin Volquartz durch den Einführungsvortrag von Professor Dr. Langhammer, Vizepräsident des Instituts für Weltwirtschaft, Kiel, mit Thesen zu Ausgangsbedingungen, Bedeutungswandel und wirtschaftspolitische Konsequenzen für urbane Zentren in globalisierten Märkten eingestimmt.
- In den Foren, die entsprechend der Positionen der Landeshauptstadt Kiel im Struktur- und Entwicklungskonzept gebildet wurden,
 1. Kiel ist die maritime Landeshauptstadt im Norden
 2. Kiel ist das Bildungs- und Wissenschaftszentrum in Schleswig-Holstein
 3. Kiel ist Lebensqualität an der Ostsee
 4. Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege

tauschten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer über Handlungsfelder, Chancen und Risiken aus.

- Im anschließenden Plenum wurden die Ergebnisse der Fachforen vorgestellt.

In den vier Workshops, die im Mai und Juni 2005 stattfanden, wurden ausgehend von den Ergebnissen der Foren, die dort ermittelten Schwerpunktthemen vertieft diskutiert. Die Ergebnisse der Foren und Workshops sind entsprechend der vier Positionierungen der Landeshauptstadt Kiel zusammengestellt, so dass sich im Anschluss an das jeweilige Forum die Ergebnisse des darauf aufbauenden Workshops befinden.

Außerdem ist als Anlage 1 eine Teilnehmerliste beigefügt.

Auftaktveranstaltung am 08.04.2005

Auszüge der Begrüßungsrede und Zusammenfassung des Einführungsvortrags

Begrüßung Oberbürgermeisterin Angelika Volquartz, Landeshauptstadt Kiel

Frau Oberbürgermeisterin und Wirtschaftsdezernentin Angelika Volquartz begrüßte die Anwesenden und den Referenten Herrn Prof. Dr. Langhammer, Vizepräsident des Instituts für Weltwirtschaft in Kiel, und stellte das Ziel des Beteiligungsprozesses vor.

„.....Meine Damen und Herren,

Kiel rüstet sich für die Zukunft.

Ein wichtiger Baustein hierfür ist das Anfang des Jahres von der Ratsversammlung beschlossene „Struktur- und Entwicklungskonzept für den Wirtschaftsraum Kiel“. Das vorgelegte Rahmenkonzept bildet die Grundlage für eine langfristig angelegte nachhaltige Entwicklungsstrategie zur Stärkung und Standortpflege unserer Stadt.

Fest steht, dass die Landeshauptstadt Kiel das maritime Oberzentrum in Schleswig-Holstein ist - mit großen Potenzialen für einen attraktiven und modernen Dienstleistungs-, Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort. Diese spezifischen Stärken Kiels sind zu nutzen und auszubauen, um so die sozialen und wirtschaftlichen Strukturveränderungen zu meistern.

Nur gemeinsam wird es uns gelingen, die Standortbedingungen zu verbessern. Dabei geht es darum, Alleinstellungsmerkmale herauszustellen.

Wie Ihnen in der Einladung bereits mitgeteilt wurde, will die Landeshauptstadt Kiel gemeinsam mit Ihnen als Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden, Verwaltung und Politik die Debatte zur Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes Kiel führen, an deren Ende ein konkreter, gemeinsam erarbeiteter Maßnahmenplan stehen soll.

Ich möchte Sie animieren - gerade und insbesondere vor dem Hintergrund der leeren öffentlichen Kassen - gemeinsam mit Verwaltung und Politik die entscheidenden Handlungsfelder zu identifizieren, die trotz der schwierigen Rahmenbedingungen unseren Standort wettbewerbsfähig machen. Es gilt die begrenzten Ressourcen sehr gezielt zur Standortentwicklung einzusetzen, um so die Landeshauptstadt Kiel zukunftsfähig zu gestalten.

Ich bin der Überzeugung, dass dies nur im Dialog mit Ihnen als Vertreterinnen und Vertreter von wichtigen Institutionen unserer Stadt und der Privatwirtschaft erfolgsversprechend sein kann.

Ich bin fest davon überzeugt, dass es uns gelingt private Interessen und öffentliche Verantwortung zum Vorteil Kiels, miteinander zu verkoppeln.

Das vorgelegte Rahmenkonzept soll die Grundlage für diesen Dialog bilden. In dem Konzept sind eine Vielzahl von Handlungsfeldern aufgezeigt, alle maßgeblichen Entwicklungspotenziale, die zur Positionierung im zunehmend härter werdenden Wettbewerb der Städte – insbesondere an der Ostsee – geeignet sind. Sie stehen bislang gleichwertig nebeneinander.

Nun gilt es zu priorisieren.

Ziel der heutigen Veranstaltung ist es daher, in den anschließenden vier Foren die für Kiel entscheidenden Handlungsfelder herauszuarbeiten.

Die identifizierten Themen bzw. Handlungsfelder werden in weiteren Workshops, die in ca. 4 Wochen beginnen werden, mit dem Ziel vertieft, konkrete Maßnahmen und Leitprojekte festzulegen, die in einem konkreten Maßnahmenplan münden, welcher der Ratsversammlung zur Beschlussfassung vorgelegt wird. Darüber hinaus wird das Struktur- und Entwicklungskonzept nach Ende dieses Prozesses fortgeschrieben und soll dann als Orientierungsrahmen für zukünftige Entscheidungsprozesse dienen.

Ich bedanke mich für Ihre Bereitschaft mitzuwirken und freue mich auf eine intensive und ergebnisoffene Debatte in den vier Foren.

Ausdrücklicher Appell:

Sagen Sie ihre Meinung: Offen und ohne Schnörkel. Auch hier gilt: Es gibt kein Denkverbot.

Mein besonderer Dank gilt noch einmal Herrn Prof. Dr. Langhammer und den vier Moderatoren, die Sie später durch die einzelnen Fachforen führen werden. Die Moderatoren werden Ihnen nach dem Vortrag von Herrn Prof. Dr. Langhammer vorgestellt.

Ich bitte nun Herrn Prof. Dr. Langhammer um das Wort.“

Einführungsvortrag Prof. Dr. Rolf J. Langhammer, Institut für Weltwirtschaft, Kiel

Urbane Zentren in globalisierten Märkten

Einige Thesen zu Ausgangsbedingungen, Bedeutungswandel und wirtschaftspolitischen Konsequenzen

Zusammenfassung

Die zunehmende Grenzenlosigkeit von Güter- und Dienstleistungsmärkten, von Kapitalmärkten und zunehmend auch von Arbeitsmärkten wird angetrieben von technologischen Sprüngen, die geographische und ökonomische Distanzen so rasch verkürzen, wie wir es vor wenigen Jahren nicht für möglich gehalten haben.

Die technologische Innovation, die globalen Güter- und Faktormärkte sowie der sektorale Strukturwandel werden die Bedeutung von Städten ganz wesentlich verändern.

1. Raumstruktur und Technologie

- Der räumlich enge Kontakt und der Austausch sind wichtig für gemeinsame Lösungen von Problemen, für Produktinnovationen, aber ebenso für Kostensenkung als Folge der gemeinsamen Nutzung von Diensten.
- Hochqualifizierte spezifizierte Dienstleistungen mit besonderen Anforderungen an einen persönlichen Austausch bleiben räumlich konzentriert.
- In den großen Zentren werden sich wissenschaftsnahe und wissenschaftsintensive Tätigkeiten konzentrieren.
- In den zentrennahen Umlandkreisen bzw. Mittelstädten hingegen werden die Standortchancen eher bei Tätigkeiten liegen, die standardisierte Informationen und Dienstleistungen erfordern.
- Eine einkommensstarke soziale Schicht wird qualitativ hochwertigen Wohnraum in den Zentren nachfragen.

2. Raumstruktur und Globalisierung

- Länderbarrieren kultureller, sprachlicher, ethnischer und psychologischer Natur bleiben weiter noch so stark, dass man keineswegs von globalisierten Märkten sprechen kann.
- Die Menschen werden sich umso stärker auf ihre Region konzentrieren und den Austausch innerhalb ihrer Region bevorzugen, je mehr das Güterangebot aus der ganzen Welt zur Verfügung steht.
- Es wird noch für längere Zeit wichtig sein, den Wettbewerb zwischen den Städten innerhalb eines Landes als zwischen Ländern zu bestehen.
- Städte, die nahe an einer Grenze zwischen Ländern sehr unterschiedlichen Einkommensniveaus liegen, werden für die Nachbarländer von größerer Attraktivität sein, als sie selber Chancen haben, auf die Nachbarmärkte vorzudringen.
- Es bleibt ein hochinnovativer Sektor vorhanden, der auch die Beschäftigung in weniger innovativen, d. h. mehr standardisierten Produktionen sichert.

- In erster Linie werden die Finanzzentren von der Globalisierung profitieren, aber bei sehr spezialisierten Dienstleistungen haben auch die Mittelzentren durchaus Chancen, wenn sie sich mit entsprechenden Software-Anbietern verbinden.

3. Raumstruktur und nachfragebedingter Strukturwandel

- In „e-government“, „e-learning“ und „business to consumer relationship“ liegt ein erhebliches Produktivitätspotential, von dem städtische Zentren wegen der räumlichen Nähe von Produzenten und Nachfragern profitieren können.
- Gerade im Bereich der Konsumentendienstleistungen haben städtische Regionen die Möglichkeit, komplexe vernetzte Angebote von Dienstleistungen und Gütern auf engstem Raum anzubieten und dabei von Innovationen in der Logistik zu profitieren.

4. Raumstruktur und demographische Veränderungen

- Das Schrumpfen der Bevölkerung in den Hocheinkommensländern wird auch die Raumstruktur wesentlich verändern. Die Städte werden schrumpfen.
- Städte müssen offen bleiben für den Zuzug von Arbeitskräften von außerhalb.
- In wenigen Jahren werden Zuwanderungshemmnisse auch in der erweiterten Europäischen Union fallen. Die Migration wird zum beherrschenden Thema werden.

5. Raumstruktur und Wirtschaftspolitik

- Über viele Jahre ist der ländliche Raum mit einer Vielzahl von Maßnahmen gegenüber städtischen Regionen bevorzugt worden. Diese Situation wird sich umkehren.
- Das Subventionsniveau des Agrarsektors schrumpft.
- Die unterschiedlichen Einkommensebenen zwischen Stadt und Land werden sich langsam einander angleichen.
- Das Realeinkommen in den Städten wird sich erhöhen; gleichzeitig werden Städte ihren Beitrag leisten müssen, dass ländliche Regionen nicht veröden bzw. ausbluten.
- Städte werden Leistungen mit größerer räumlicher Reichweite anbieten müssen.
- Allerdings: Es ist nicht angezeigt, längerfristigen Entvölkerungstendenzen im ländlichen Raum mit allen möglichen Subventionen entgegen zu wirken.

Was hat das alles mit Kiel zu tun?

Kiel war nie Zentrum großer deutscher Unternehmen und wird es auch in Zukunft kaum sein.

Kiels Vorteile resultieren aus der Nähe zum expandierenden skandinavischen Raum und aus seiner zentralen logistischen Lage an der Ostsee.

Kiels Funktion als Landeshauptstadt steht und fällt mit der föderalen Struktur der Bundesrepublik, d. h. mit der Frage, ob es einen Nordstaat geben wird oder nicht.

Die Verbindung zwischen Hamburg und dem skandinavischen Raum und damit die Konkurrenz zu Lübeck im Bereich der Transportinfrastruktur ist für Kiel essentiell.

Die Verkehrsinfrastruktur in Kiel bleibt das wesentliche Problem, insbes. wenn es darum geht Arbeitsplätze nach Kiel zu ziehen.

Zu Kiels Aktiva gehören: Die Forschung, nicht nur in Bezug auf die Meerestechnologie

Die Angebotsstärke bei international angebotenen touristischen Dienstleistungen (nicht nur im Kreuzfahrtgeschäft, sondern zunehmend auch im Bereich von Messen und wissenschaftlichen Veranstaltungen)

Verdichtung der fünf Komponenten in Bezug auf die Raumstruktur für Kiel

1. Raumstruktur und Technologie

- ❖ Moderne Kommunikations- und Verkehrstechnologien werden für Kiel sowohl als Produktionsstandort als auch als Nutzer wichtig sein.
- ❖ Werften werden im Hochtechnologiesegment ihre Bedeutung für Kiel behalten.

2. Raumstruktur und Globalisierung

- ❖ Kiel unterliegt den Veränderungen jenseits der Ländergrenzen sowohl was die Herausforderungen als auch die Chancen betrifft.
- ❖ Die größte Dynamik bei den Veränderungen ist vom östlichen Bereich der Ostsee zu erwarten. Hinsichtlich des Niveaus der Veränderungen werden die unmittelbar vor der Tür liegenden skandinavischen Länder von Bedeutung sein.

3. Raumstruktur und nachfragebedingter Strukturwandel

- ❖ Kiel wird von der Entwicklung eines leistungsfähigen Dienstleistungsbereichs abhängen.
- ❖ Im Dienstleistungsbereich fehlt Kiel noch ein Image, das es sich wie z. B. im Sport längst erworben hat.
- ❖ Die Veränderungen im Fährschiff-/Kreuzfahrtgeschäft bieten die Chancen ein Label im Bereich hochwertiger Konsumentendienstleistungen zu erwerben.

4. Raumstruktur und demographische Veränderungen

- ❖ Kiel wird altern und wahrscheinlich auch geringfügig schrumpfen.
- ❖ Kiel kann den Mobilitätswünschen seiner Bevölkerung großzügiger entgegenkommen als größere Städte, wie z. B. Frankfurt oder München.
- ❖ Zur Verbundenheit einer Stadt mit seinen Bürgern gehört auch, den Bürgern und ihren Mobilitätswünschen soweit wie möglich entgegen zu kommen; das gilt auch für den privaten Personennahverkehr.
- ❖ Kiel sollte mit dem Banner werben „Kiel ist eine mobilitätsfreundliche Stadt“.

5. Raumstruktur und Wirtschaftspolitik

- ❖ Die Herausforderung für Kiel liegt im Abbau der Agrarsubventionen.
- ❖ Kiel kann in Zusammenarbeit mit den umliegenden Städten ein Angebot an Dienstleistungen erbringen, das kleinere ländlich geprägte Gemeinden vielleicht wegen des Wegfalls der Subventionen in Zukunft nicht mehr erbringen können.
- ❖ Eine über den Raum der K.E.R.N.-Region hinaus reichende Diskussion ist erforderlich.

Die größte Gefahr für eine Stadt besteht in der Gleichgültigkeit, mit der Bürger dem begegnen, was in der Stadt passiert und was dort besteht, denn dann werden sie öffentlichen Gütern und Dienstleistungen acht- und respektlos gegenüberstehen, beginnend mit der Resignation gegenüber Graffiti-Schmierereien und endend mit der Hinnahme öffentlicher Armut.

„Wenn aber als Ergebnis des heutigen Tages auch für viele Bürger die Erkenntnis stünde, dass Kiel eine höchst lebenswerte Stadt mit vielen Alleinstellungsmerkmalen ist, wäre viel gewonnen.“

Position: Kiel ist die maritime Landeshauptstadt im Norden

Forum 1: Kiel ist die maritime Landeshauptstadt im Norden (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005)

Moderation: Gerd Neuner (Fachbereichsleiter der VHS Kiel)

Teilnehmer: 48 Personen

Handlungsfelder

Im Forum wurden die nachstehenden Themen zur Diskussion gestellt, die zunächst von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern hinsichtlich ihrer Bedeutung für das Oberthema bewertet werden sollten.

- Innovation in Kiel / Maritime Wirtschaft und Wissenschaft
- Gesundheitswirtschaft / Medizintechnik
- IT und Multimedia
- Biotechnologie
- Metallverarbeitung
- Fahrzeugbau / Antriebstechnologie
- Energieeffizienztechnologie und Klimaschutz
- Hafen mit Zukunft – Zukunft mit Hafen
- Weiterentwicklung als bedeutendster Einzelhandelsstandort
- Tourismus als zunehmend bedeutender Wirtschaftsfaktor
- Kulturwirtschaft
- Die Stadt als Partner des Umlandes, der K.E.R.N.-Region, der Städte Hamburg, Lübeck und Flensburg
- Kooperation im Ostseeraum
- Image / Standortmarketing

Die vier meistgenannten Themen sollten im weiteren Verlauf des Forums schwerpunktmäßig diskutiert werden, wobei deutlich wurde, dass diese auch zahlreiche Verknüpfungen zu den anderen Themenbereichen aufweisen.

- Innovation in Kiel / Maritime Wirtschaft und Wissenschaft (32 Punkte)
- Hafen mit Zukunft – Zukunft mit Hafen (22 Punkte)
- Tourismus als zunehmend bedeutender Wirtschaftsfaktor (14 Punkte)
- Weiterentwicklung als bedeutendster Einzelhandelsstandort (11 Punkte)

Ziele für Kiel

Aus der Teilnehmerrunde kam die Anregung, zunächst wichtige Ziele für Kiel zu formulieren, da nur anknüpfend daran sinnvolle Handlungsfelder gefunden werden könnten.

➤ Wichtigstes Oberziel

- Beschäftigung und Wachstum für Kiel

➤ **Unterziele**

- Verbesserung der harten und weichen Standortfaktoren
- aktive Bestandspflege
- Mitnehmen der Bürgerinnen und Bürger
- Ausbau des Einzelhandelsstandorts
- Attraktivität Kiels für alle steigern

Darüber hinaus wurden seitens der Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Erfordernis gesehen, das **Image** Kiels nach innen und außen aufzuwerten. In verschiedenen Beiträgen wurde argumentiert, dass die positiven Seiten Kiels nicht genügend vermittelt würden und meist nur über die negativen Seiten Kiels geklagt werde. Daraufhin wurden mehrere Beispiele für positive Standortfaktoren Kiels genannt:

- zentraler Wirtschaftsstandort in Schleswig-Holstein
- größter Werftstandort an der Ostsee
- bedeutende wissenschaftliche Institute und Einrichtungen, z.B. Institut für Weltwirtschaft, IFM-GEOMAR, MMC
- wichtige Universitätsstadt im Norden
- größter Kreuzfahrerstandort an der Ostsee
- Drehscheibenfunktion zwischen Deutschland sowie nördlichem und östlichem Ostseeraum
- bedeutendster Segelstandort (Kieler Woche)
- gutes Klima

Handlungsfeld 1: Innovation in Kiel / Maritime Wirtschaft und Wissenschaft

Vor allem in diesem für Kiel sehr bedeutenden Bereich muss sich die Landeshauptstadt Kiel positionieren und die vorhandenen **Alleinstellungsmerkmale** der Landeshauptstadt deutlicher hervorheben. Hier wurden viele verschiedene Aspekte genannt, die zum Teil schon unter den positiven Imagefaktoren (siehe oben) aufgelistet wurden wie z.B. der Bereich der Wissenschaft und Forschung mit einer leistungsfähigen Infrastruktur wie dem Leibniz-Institut für Meereskunde.

Einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer führten an, dass die kommunalen Rahmenbedingungen in diesem Bereich deutlicher positiver herausgestellt werden müssten. Außerdem seien die Rahmenbedingungen, soweit sie von der Stadt beeinflussbar sind, teilweise durchaus noch verbesserungswürdig.

Die Teilnehmerrunde betonte hierbei die Wichtigkeit der Kieler **Werften** für die Stadt, da sie auch heute noch mehreren tausend Personen direkt und indirekt über Zulieferbetriebe Arbeitsplätze sicherten. Sowohl HDW als auch Lindenau seien führend in der Konstruktion von Spezialschiffen.

Zudem wurde von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern mehrfach die nach wie vor große Bedeutung der **Marine** für den Hafen und die Stadt genannt. Es wurde angeregt, zu prüfen, ob eine weitere Öffnung des Marinestützpunktes für Besichtigungen möglich sei.

Handlungsfeld 2: Hafen mit Zukunft – Zukunft mit Hafen

Der Kieler Hafen ist einer der attraktivsten **Kreuzfahrerstandorte** an der Ostsee. Diese Position gilt es in den nächsten Jahren weiter auszubauen und gegenüber der Konkurrenz zu verbessern. Mit dem Ausbau des Ostseekais zu einem Cruise&Ferry-Center und der geplanten Erweiterung des Norwegenkais bietet Kiel auch großen Kreuzfahrtschiffen exzellente Möglichkeiten sowohl als Start- und Zielhafen, als auch für interessante Zwischenstopps.

Handlungsfeld 3: Tourismus als zunehmend bedeutender Wirtschaftsfaktor

Insgesamt besitzt Kiel nach Ansicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer große Potenziale in den Bereichen Geschäftstourismus, Kreuzfahrttourismus, Segeltourismus und Freizeittourismus. Insgesamt gilt, dass nur eine bessere Vermarktung Kiels zu einem erhöhten Touristenaufkommen führen kann. Dazu gehören vor allem ein besserer Informationsfluss und eine Vernetzung aller Akteure.

Insbesondere der **Geschäftstourismus**, dessen Anteil am Gesamttourismus in Kiel 85% beträgt, ist ausbaufähig. Die Schaffung von modernen und variablen Konferenzräumen sollte hier intensiviert werden. Zudem müsste das Freizeitangebot für die Konferenzteilnehmer deutlich verbessert und ausgebaut werden. Es wurde angeregt, auch die eigentlichen Konkurrenzstädte, unter anderem Hamburg und Lübeck, mit einzubeziehen. So könnten Ausflüge zu den Sehenswürdigkeiten dieser Städte durchaus auch von Konferenzen in Kiel aus angeboten werden.

Der **Kreuzfahrttourismus** ist zurzeit einer der am stärksten wachsenden Bereiche im Tourismus. Ebenso wie beim Geschäftstourismus sollte Kiel in diesem Sektor als eine Drehscheibe auch für Ausflüge nach Hamburg, Berlin oder in die umliegende Region genutzt werden. Für diese Zwecke wäre es nach Meinung der Teilnehmer vorteilhaft, wenn der **Flughafen** nicht nur ausgebaut, sondern auch für entsprechende Charterverkehre genutzt werden würde.

Auch der Segeltourismus ist nicht zu vernachlässigen. Insbesondere für Gastlieger ist das Revier der Förde sehr attraktiv. Bisher fehlt es aber teilweise an entsprechend ausgebauten attraktiven Liegeplätzen. Eine kürzlich veröffentlichte Untersuchung hat ergeben, dass hier ein deutlicher Nachholbedarf besteht.

Der **Freizeittourismus** aber auch die anderen touristischen Potenziale lassen sich nur ausbauen, wenn die Stadt und die hier ansässigen Unternehmen durch eine Attraktivitätssteigerung des gesamten Stadtgebietes die Aufenthaltsqualität der Besucherinnen und Besucher weiterhin steigern können.

Handlungsfeld 4: Weiterentwicklung als bedeutendster Einzelhandelsstandort

Eine **Attraktivitätssteigerung** nicht nur der Innenstadt, sondern auch der Stadtteilzentren kann dazu beitragen, dass sich sowohl Touristen als auch die eigenen Bürgerinnen und Bürger in Kiel wohlfühlen. Dazu zählen laut Aussagen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine saubere Stadt, ein übersichtliches Pkw- und Fußgängerleitsystem, eine verbesserte Ausschilderung von besonderen Anziehungspunkten in Kiel, einheitliche Öffnungszeiten der Geschäfte sowie größtmögliche Akzeptanz aller Zahlungssysteme, insbesondere auch Kreditkarten.

Ein Teilnehmer teilte mit, dass die Kaufleute der Innenstadt verstärkt Aktivitäten zur **Verbesserung der Aufenthaltsqualität** in diesem Bereich in Angriff nehmen wollen. Genannt wurde eine optische Verbesserung der Innenstadt, u.a. über die Einrichtung eines **BID** (Business Improvement District), der durch eine gemeinsame Umlage finanziert werden soll. Zudem soll ein **besserer Service** für die Kunden, z. B. mit Hilfe eines Shuttleservices von den Fähren in die Innenstadt oder eines Fußgängerleitsystems, gewährleistet werden.

Es wurde angeregt, auch die Stadtteile in die Marketingstrategie für Kiel mit einzubeziehen, um so Touristen und Käuferinnen und Käufer auch in die Stadtteile zu ziehen.

Fazit

Abschließend bleibt festzuhalten, dass Wachstum und Beschäftigung für die Landeshauptstadt Kiel als wichtiges Oberziel gestärkt und gesichert werden sollen und im Mittelpunkt aller zukünftigen Anstrengungen stehen müssen. Entscheidend ist hierbei die Fokussierung auf innovative Zukunftsbranchen, die Kiel als Wirtschaftszentrum Schleswig-Holsteins vorantreiben sollen.

Kiel sollte hier durch eine größere Betonung seiner Alleinstellungsmerkmale, vor allem in den Bereichen Maritime Wirtschaft und Wissenschaft versuchen, eine weitere Imagestärkung zu betreiben und in Verbindung mit der Verbesserung der Standortqualitäten neue Investitionen und Innovationen nach Kiel zu locken.

Zudem sollte der Bereich (Kreuzfahrt-)Tourismus und Einzelhandel durch eine weitere Optimierung der Infrastruktureinrichtungen sowie der Aufenthaltsqualität und der Kundenorientierung sowohl in der Innenstadt als auch in den Stadtteilzentren gestärkt werden.

Workshop „Zukunftsbranchen für Kiel“ am 18.05.2005

Moderation: Gerd Neuner (Fachbereichsleiter der VHS Kiel)

Teilnehmer: 41 Personen

Rückschau auf das Forum 1 „Kiel ist die maritime Landeshauptstadt im Norden“

In der Auftaktveranstaltung wurde „Beschäftigung und Wachstum für Kiel“ als ein wichtiges Oberziel formuliert. Hierbei sind die Bereiche „Innovation in Kiel / Maritime Wirtschaft und Wissenschaft“, „Hafen mit Zukunft – Zukunft mit Hafen“, „Tourismus als zunehmend bedeutender Wirtschaftsfaktor“ und „Weiterentwicklung als bedeutender Einzelhandelsstandort“ diskutiert worden und es wurde festgehalten, dass Kiel versuchen muss, seine Chancen zu nutzen, um neue Investitionen und innovative Zukunftsbranchen für die Stadt zu gewinnen.

Hauptthema des Workshops

Wie können Chancen für die Weiterentwicklung Kiels und seiner Region geschaffen werden? Chancen entstehen durch **Komplexität, Synergien, Realisierung** und **Geostrategische Lage**. Diese Begrifflichkeiten wurden anschließend erörtert.

Komplexität

Internationalität und **Technologietransfer** sind wesentliche Aspekte komplexer Strukturen, ebenso die übergreifende Zusammenarbeit aller Disziplinen. Hier ist in Kiel ein großes Know-how vorhanden. Um dieses nutzen zu können, müssen die Hochschulen noch stärker eingebunden werden.

Große Unternehmen suchen häufig kleine Unternehmen als Problemlöser, möglichst auf der lokalen Ebene. Durch **verstärkte Zusammenarbeit** der kleinen, mittelständisch geprägten Unternehmen lassen sich komplexe Strukturen erzeugen.

Innerhalb der **Cluster-Politik** werden mittels bottom-up-Prinzip die Wünsche, Probleme und Entwicklungen der Unternehmen aufgegriffen und zusammengefasst. Hierbei wird versucht, Hochschul- und Produktionskapazitäten miteinander zu verknüpfen. Als herausragend wird für Kiel das Cluster der Maritimen Wirtschaft angesehen. Weitere Cluster bilden die Bereiche Biotechnologie oder Multimedia (Stichwort: e-Government).

Voraussetzungen oder Auswahlkriterien für **Zukunftsthemen** sind Kompetenz, Selbstbewusstsein und Sichtbarkeit, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Für die Identifizierung dieser Themen ist die lokale Stärke von großer Bedeutung. Kiels Stärke liegt im **maritimen Sektor**. Es wurde auch die Frage aufgeworfen, ob eine Stärke nicht auch in der Verknüpfung von Tourismus und Technologie liegen könnte („Hochtechnologien in schöner Umgebung“).

Bausteine zur Standortstärkung bilden die Kompetenztechnologien, der Kreuzfahrtbereich oder auch der Tourismus. Der Tourismus, insbesondere die Bereiche Wassertourismus und

Wassersport, sollte weiter ausgebaut werden. Folgende Anregungen könnten hierbei berücksichtigt werden:

- mehr ins Bewusstsein aller rücken
- mehr Service anbieten
- Stärkung Freizeit-Schiffbau
- Angebote für Kreuzfahrer
- Kreditkartenakzeptanz erhöhen
- Hinweisschilder in englischer und skandinavischer Sprache

Die sich bietenden Chancen müssen verstärkt genutzt werden. Die vertikale Kooperation funktioniert in der Regel gut. Doch eine **horizontale Kooperation**, d.h. die Zusammenarbeit gleicher Unternehmen einer Branche, die viele Synergienmöglichkeiten und Potenziale bietet, lässt sich noch weiter ausbauen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren sich zudem einig darin, dass Zukunftsbranchen ein nationales und auch ein internationales Standing haben müssen.

Synergien

Unter diesem Punkt wurde der Frage nachgegangen, wie die einzelnen Elemente zusammengebracht werden könnten, um komplexe Strukturen entstehen zu lassen.

Ein Zusammenwirken von Unternehmen setzt eine **Analyse der Stärken und Schwächen** sowie eine Übersicht über das, was es in der Stadt bereits gibt bzw. was die Stadt zu bieten hat, voraus.

Die vorhandenen Produktionskapazitäten in Kiel werden keine neuen Arbeitsplätze schaffen. Daher müssen neue produzierende Unternehmen angesiedelt werden. Aus der Tatsache heraus, dass Kiel eine attraktive Lage eingebettet in einer einmaligen Naturlandschaft und einen im Vergleich zu anderen Großstädten „provinziellen“ Charme besitzt, sollte die Entwicklung **neuer Konzepte für die Stadt** vorangetrieben werden. Man könnte die Stadt bzw. die Region als „Mallorca des Nordens“ vermarkten und auf die Themen „Alter“, „Gesundheit“ und „Hochwertiger Tourismus“ setzen.

Synergien im maritimen Bereich ergeben sich aus der Verknüpfung von Wassersport, Werften, Forschung, Marketing für die Stadt und Tourismus.

Wichtig war den Teilnehmern, dass lieber ein **Fokus** gesetzt werden sollte, anstatt viele Dinge auf einmal zu beleuchten. Zunächst ist erst einmal das Thema zu diskutieren. Danach sollte projektorientiert in kleinen Gruppen weitergearbeitet werden.

Eine wichtige Voraussetzung für Synergien ist die Verbesserung der **Kommunikation** zwischen den Beteiligten. Die Unternehmen müssen hier zusammengebracht werden.

Realisierung

Unter diesem Punkt sind die wichtigsten Ergebnisse und Handlungsempfehlungen dieser Veranstaltung noch einmal zusammengefasst.

➤ **1. Foren für Unternehmen**

Die Unternehmen müssen sich in Foren darüber austauschen, was Kiel aus ihrer Sicht voranbringen würde und was sie von der Stadt dabei erwarten. Es muss mehr Kommunikation und Austausch untereinander stattfinden.

➤ **2. Mentoren finden**

Für zukunftsfähige Bereiche müssen Mentoren identifiziert werden. Diese sollen die Verantwortung für ein Thema übernehmen. Unterstützung sollten diese durch externe, wissenschaftliche Berater (Innovationsberater) erhalten.

➤ **3. Themen vorgeben**

Bislang wurde eher branchenbezogen diskutiert. Viel sinnvoller ist es, den **Fokus auf Themen** zu setzen und hierfür Szenarien zu entwickeln. Es müssen „Meilensteine“ definiert werden, für die dann Kennziffern entwickelt werden können. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass eine kleine Zahl von Verantwortlichen den Mut haben muss, einen Fokus zu setzen und die hierfür erforderlichen Entscheidungen relativ schnell trifft.

Das Thema „Maritime Wirtschaft“ wird bereits intensiv von verschiedenen Stellen bearbeitet. Einige Vorschläge für Themen, die weiter vorangetrieben werden müssen, waren beispielsweise **Alter, Gesundheit und Energieeffizienz**. Die Teilnehmer waren sich in der Auswahl der wichtigen Themen allerdings nicht einig. Aus zeitlichen Gründen wurde diese Diskussion nicht fortgeführt.

➤ **4. Ausschreibung eines Wettbewerbs**

Zur Identifizierung von zukunftsfähigen Themen könnte ein Wettbewerb ähnlich dem BioRegio ausgeschrieben werden. Die Intention der BioRegio-Initiative war die Verknüpfung der biotechnologischen Forschung mit der wirtschaftlichen Umsetzung. Die Identifizierung der speziellen Stärken und ihr gezielter Ausbau hat einen dynamischen Innovationsprozess in Gang gesetzt. Solch ein Wettbewerb könnte für die Entwicklung zukunftsfähiger Konzepte ins Leben gerufen werden. Es muss jedoch ein Anreiz geschaffen werden, sich an einem solchen Prozess zu beteiligen.

Fazit

Trotz der erzielten Ergebnisse, welche diese Veranstaltung hervorgebracht hat (siehe Punkt 1 bis 4), soll die geäußerte Kritik nicht unerwähnt bleiben.

Kritisiert wurde vor allem, dass dieser Workshop keine thematische Fortsetzung des Forums der Auftaktveranstaltung war. Viele hatten sich anhand des Protokolls vorbereitet und vermissten klare Projekte der vier bereits herauskristallisierten Themen.

Die Teilnehmerzahl mit 40 Personen wurde zudem als zu groß empfunden. Auch die Zusammensetzung des Personenkreises war nicht stimmig. Durch die unklare Interessensstruktur der Teilnehmer war es leider nicht möglich, thematisch in die Tiefe zu gehen.

Position: Kiel ist das Bildungs- und Wissenschaftszentrum in Schleswig-Holstein

Forum 2: Kiel ist das Bildungs- und Wissenschaftszentrum in Schleswig-Holstein (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005)

Moderation: Prof. Dr. Achim Walter (CAU, Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement)

Teilnehmer: 36 Personen

Diskussionsgegenstand

Kiel braucht Bildungs- und Wissensorganisationen, die die ortsansässigen Unternehmen im Auf- und Ausbau ihrer Wettbewerbsfähigkeit unterstützen, die den Standort für Unternehmen bzw. Investoren interessant machen, die Menschen adäquat und konkurrenzfähig auf ihre Aufgaben in der Arbeitswelt vorbereiten und somit echte Beschäftigungschancen eröffnen. Es wurde deshalb die Kernfrage an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gerichtet:

Ist das Bildungs- und Wissenschaftszentrum Kiel wettbewerbsfähig?

Handlungsfeld 1: Bedarfsgerechte berufliche Qualifizierung

Innerhalb Schleswig-Holsteins ist Kiel das bedeutenste Bildungs- und Wissenschaftszentrum; aber wie steht es um die überregionale bzw. bundesweite Wettbewerbsfähigkeit? Im nationalen Vergleich ist die Ausstattung der ortsansässigen Christian-Albrechts-Universität (CAU) eher unzureichend, z.B. wird über ein schlechtes zahlenmäßiges Betreuungsverhältnis geklagt (ein Professor betreut 200-300 Studentinnen und Studenten).

Zurzeit wird überlegt, verschiedene Fächer an wenigen Standorten zu konzentrieren, z.B. in Kooperation mit der Stadt Hamburg. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wie viele Fächer sich die Universität Kiel leisten will, da viele Studentinnen und Studenten und eine exzellente Ausbildung nicht für alle Bereiche finanzierbar sein werden. Im Zeitalter der Spezialisierung müssen wettbewerbsfähige Bereiche weiter verstärkt werden. Kiel braucht „Leuchttürme“, um Studentinnen und Studenten für ein Studium in Kiel zu motivieren. Die Stadt muss sich in diesem Bereich positionieren.

Im Rahmen der Globalisierung verändern sich viele Wirtschaftszweige. Darauf werden auch die Universitäten reagieren müssen, z.B. wird schon gegenwärtig das Angebot an Bachelor- und Masterstudiengängen deutlich erweitert.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind sich sicher, dass in absehbarer Zeit auch an den Hochschulen Schleswig-Holsteins Studiengebühren eingeführt werden, wie bereits häufig in Europa praktiziert. Studiengebühren, wie z.B. im Multimedia Campus (MMC), verbessern die Ausbildungssituation aber nur dann, wenn die Mittel auch vollständig in die Hochschulen investiert werden. Bestimmte Studiengänge werden auf Grund der hohen Studentenzahlen viel Geld erhalten, während andere zum Teil stark Forschungs- und materialintensive Studienfächer mit weitaus geringeren Studentenzahlen diese Forschungsmittel mitunter dringender benötigen. Daher sollten diese Gebühren nach einem Verteilungsschlüssel zweckge-

bunden ausgeben werden. Die Einführung von Studiengebühren muss in jedem Fall mit einer deutlichen Verbesserung der Studiensituation einhergehen.

Bildung ist nicht nur Ausbildung, sondern auch Weiterbildung. Die berufsbildenden und weiterbildenden Schulen stehen gegenwärtig vor einem zusammenbrechenden Markt. Das ist allerdings kein spezifisches Kieler Problem und trifft die öffentlichen und privaten Einrichtungen gleichermaßen.

Berufliche Weiterbildung muss für den Einzelnen als Existenzsicherung gesehen werden. Damit ist Weiterbildung auch Standortsicherung. Es wurde beanstandet, dass im Bereich der Erwachsenenbildung die Kooperation fehle.

Handlungsfeld 2: Beschäftigung für Kiel

Beschäftigung setzt entsprechende Ausbildung voraus. Gut ausgebildete, qualifizierte Arbeitskräfte stellen wichtige Ressourcen für Unternehmen nahezu aller Branchen dar. Die Absolventinnen und Absolventen brauchen daher eine gute Ausbildung, damit Firmen verschiedener Branchen nach Kiel kommen. Fachkräfte in Kiel machen den Standort für Firmenansiedlungen interessant. Der Lehrstuhl für Maschinenbau, der in der Vorbereitung ist, ist ein solches Beispiel. Er wird bundesweit Aufsehen erregen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sehen jedoch die Gefahr, dass die besten Studentinnen und Studenten die Landeshauptstadt Kiel verlassen. Die Nachfrage der Kieler Wirtschaft nach Absolventinnen und Absolventen ist sehr gering, was sich aber nicht allein durch die Randlage Kiels erklären lässt. Die Wirtschaft siedelt sich laut den Teilnehmerinnen und Teilnehmern dort an, wo eine leistungsfähige, gut ausgebaute Infrastruktur vorhanden ist. Auch die Wissenschaft stellt solch einen weichen Infrastrukturfaktor dar, den es weiter auszubauen und zu verstärken gilt.

Weitere Fragen stellen sich in der fachlichen und personellen Ausrichtung der Hochschulen. Wofür sollen die Hochschulen in Bereichen ausbilden, für die die Wirtschaft keine Absolventen benötigt? Welche Studentinnen und Studenten sollen die Kieler Hochschulen ausbilden? Sind es eher die Kieler Abiturientinnen und Abiturienten oder die der bundesweit Besten? Die Hochschulen sind verpflichtet, ein Angebot, das auf die spezifischen Bedürfnisse der Region abgestimmt ist, offen zu halten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer stimmen überein, dass diese Probleme stärker im Detail und mit deutlich mehr Zeit diskutiert werden sollte.

Einige der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bezeichneten Kiel als „Mittelstadt am Rande der Metropolregion Hamburg“, was wiederum von anderen Personen aus der Teilnehmerrunde heftig dementiert wurde. Unter diesem Aspekt wurde deutlich gemacht, dass eine Begrifflichkeit gefunden werden muss, mit der die Stärke der gesamten K.E.R.N. Region deutlich hervorgehoben wird. Zudem muss Kiel in der Region eindeutig die „Führungsfunktion“ besitzen.

Handlungsfeld 3: Kooperation Wissenschaft und Wirtschaft

Die zentrale Frage, die bei der Diskussion um Wissenschaft und Wirtschaft im Raum steht, lautet: Wie können neue Arbeitsplätze für Kiel geschaffen werden? Wichtig ist hierbei die optimale Kooperation von Wirtschaft und Forschung. Eine inhaltliche Trennung zwischen Kiel als Bildungszentrum und Kiel als Wissenschaftszentrum darf es nicht geben. Aus der Teilnehmerrunde kam die Kritik, dass gegenwärtig zum einen die Distanz zwischen Wissen-

schaft und Wirtschaft in Kiel noch zu groß sei und zum anderen bislang zu wenig Kooperation zwischen den Hochschulen stattfindet.

Der Wissenschaftspark stellt ein gutes Beispiel dafür dar, wie Wissenschaft und Wirtschaft vereinigt werden können.

In einem kürzlich veröffentlichten Ranking zu Existenz- bzw. Ausgründungen, ist die Kompetenz der CAU im Mittelfeld der Spitzenuniversitäten zu finden. Im Ländervergleich steht Kiel gut dar. Wir können Impulse geben, aber wird das Angebot auch angenommen?

Es wurde bemängelt, dass die Bedeutung der Wissenschaft als Wirtschaftsfaktor zu wenig Beachtung fände. Die Pflege der Wissenschaft sei gleichzeitig auch die Pflege des größten Arbeitgebers der Region (Hochschulen mit 8.800 Arbeitsplätze).

Die vorhandenen Bildungseinrichtungen sind Teil des Kulturfaktors, der auch für Standortentscheidungen von Bedeutung ist. Ein guter Schulstandort kann die Entscheidung für einen bestimmten Wohnort positiv beeinflussen. Unter diesem Aspekt sollte auch die mehrsprachige Ausbildung in Schulen berücksichtigt und weiter verstärkt werden. Dieses würde zudem die Ansiedlungsbereitschaft internationaler Unternehmen fördern.

In einigen Bereichen existiert bereits Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Schulen und Universität bzw. Fachhochschule. Am Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel wurde das Kieler Gründungspraktikum ins Leben gerufen. Kieler Studentinnen und Studenten bereisen unterschiedliche Städte der gesamten Bundesrepublik und lernen verschiedene Unternehmen kennen. Im Multimedia-Campus werden die Themen für Arbeiten bzw. Ausbildungsinhalte der Studentinnen und Studenten ebenfalls aus der Wirtschaft generiert.

Allgemein wird bemängelt, dass die Schulen zu wenig Bezug zur Wirtschaft herstellen, und zwar in allen Schultypen. Wie eine stärkere Verzahnung zwischen Schulen und Universität bzw. Fachhochschule hergestellt werden kann, sollte nach Ansicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in einem regelmäßig stattfindenden Arbeitskreis unter Federführung der Landeshauptstadt Kiel diskutiert werden.

Angesichts der Tatsache, dass zwei Drittel aller Jugendlichen eine duale Ausbildung absolvieren, wird ein klarer Dialog mit der Wirtschaft gefordert, um Prognosen über zukünftige Ausbildungsberufe zu erhalten. Einigen Handwerksbetrieben fehlen beispielsweise geeignete Nachwuchskräfte. Im Forum waren leider zu wenig Vertreter der Wirtschaft anwesend, sodass dieser Aspekt separat erörtert werden müsste.

Fazit

Die Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft muss weiter gefördert und verbessert und die dauerhaften Kooperationsnetze in der Region weiter ausgebaut werden. Eine erstklassige Ausbildung muss schon für Kinder gewährleistet sein.

Die Anwesenden wollen ganz konkrete Projekte und Verantwortliche einbringen. Darüber soll in der Runde weiter diskutiert werden.

Berücksichtigt werden muss, dass Studentinnen und Studenten ein ganz wichtiger Wirtschaftsfaktor darstellen.

Die Förderung von Unternehmensgründungen aus Forschungseinrichtungen (z.B. Uni, FH) bedarf finanzieller Unterstützung, vor allem sog. Risikokapital.

Die Kernfragen lauten:

- ▶ Welche Wissenschaft/Angebote sollten wir uns leisten?
- ▶ Wer koordiniert die allseitigen Bemühungen der Bildungs- und Wissensakteure mit Blick auf die Unterstützung der Wirtschaft?

Workshop „Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft“ am 10.06.2005

Moderation: Prof. Dr. Achim Walter (CAU, Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement)

Teilnehmer: 23 Personen

**Rückschau auf das Forum 2 der Auftaktveranstaltung
„Kiel ist das Bildungs- und Wissenschaftszentrum in Schleswig-Holstein“**

Die Frage, ob der Wissens- und Bildungsstandort Kiel wettbewerbsfähig sei, wurde bei der Auftaktveranstaltung grundsätzlich mit „ja“ beantwortet, allerdings mit der Einschränkung, dass die Einrichtungen, die für die Wirtschaft wichtig sind, vorhanden sein müssen. Unternehmen benötigen im globalen Wettbewerb zunehmend die Unterstützung von wissenschaftlichen Einrichtungen, um dem Lern-, Kosten- und Zeitdruck gerecht werden zu können. Firmen, die mit Hochschulen und anderen Forschungseinrichtungen unzureichend zusammenarbeiten, können ihre Wachstumspotenziale nur unterdurchschnittlich ausschöpfen.

Das Thema „Bildung“, d.h. besonders Schulen und schulische Einrichtungen, ist in der 1. Veranstaltung zu kurz gekommen. Die Stadt sollte dafür sorgen, dass dieses Thema in Kleingruppen weiter verfolgt wird.

Hauptthema des Workshops

Der Schwerpunkt der Diskussion musste aus Zeitgründen auf das Thema "Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft" gelegt werden.

Aufbau innovativer Netzwerke

In einem kurzen Eingangsreferat erläuterte Prof. Dr. Walter, dass geeignete Technologie- und Innovationspartner benötigt würden, um die Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft zu verbessern. Der Basisbefund aus zahlreichen empirischen Studien zu Innovationskooperationen lautet: Netzwerke lohnen sich, und zwar für die Forschungseinrichtungen ebenso wie für die Unternehmen, die die Technologien übernehmen und anwenden.

Die Zusammenarbeit mit Hochschulen/Forschungsinstituten und Kunden steigert den Markterfolg von Innovationen. Diese Kooperationen zeigen bei allen Firmen positive Wirkungen, egal welche Größe die Firmen haben. Besonders kleine und mittlere Unternehmen profitieren aufgrund ihrer Ressourcenengpässe stark von technologieorientierten Außenbeziehungen mit Hochschulen.

Innovationskooperation sind jedoch nicht selbstverständlich: Beachtliche Barrieren des „Nicht-Voneinander-Wissens“, „Nicht-Miteinander-Könnens“, „Nicht-Miteinander-Wollens“ und „Nicht-Miteinander-Dürfens“ be- oder verhindern eine fruchtbare Zusammenarbeit. Diese Barrieren bestehen immer, auch wenn sie nicht immer alle gleichzeitig zum tragen kommen.

Überwindung der Barrieren durch Beziehungspromotoren

Aber Barrieren der Innovationskooperationen sind überwindbar. Zur Überwindung von Kooperationsbarrieren bedarf es Schlüsselpersonen, so genannte Beziehungspromotoren. Hierbei handelt es sich um Personen, die aufgrund ihrer guten persönlichen Beziehungen zu Schlüsselakteuren (z. B. Entscheidern, Experten, Informanten) in anderen Organisationen, technologiebezogene Austauschprozesse gezielt fördern können. Beziehungspromotoren sind Personen, die inter-organisationale Austauschprozesse initiieren, gestalten und vorantreiben. Dies geschieht auf Grund der Machtquellen „Sozialkompetenz“, „Netzwerkwissen“ und „Beziehungsportfolio“. Beziehungspromotoren sind professionelle Brückenbauer und Grenzgänger, die die Hindernisse zwischen verschiedenen Organisationsstrukturen und -kulturen überwinden.

Anforderungen an Beziehungspromotoren

Es wurde die Frage diskutiert, welche Erwartungshaltung man gegenüber Promotoren hat. Ein Promotor muss über gewisse Marktinformationen verfügen, um Verknüpfungsleistungen erbringen zu können. Bis ein funktionierendes Know-how-Netzwerk aufgebaut ist, können 5 bis 10 Jahre vergehen, es sei denn, der Promotor verfügt bereits über ein entsprechendes Netzwerk. Neben der Fachautorität ist das Interesse des Promotors an seiner Tätigkeit unabdingbar.

Im Vordergrund steht die Kommunikation mit potenziellen Kooperationspartnern aus Wissenschaft und Wirtschaft. Für diesen Kontaktaufbau und auch die Kontaktpflege benötigt er bestimmte Ressourcen. Abgesehen von den rein finanziellen Aspekten gehören dazu unter anderem das Commitment des Vorgesetzten und das Einräumen gewisser Handlungsspielräume. Entscheidend für den Erfolg des Promotors ist jedoch, dass alle Beteiligten den Bedarf an seiner Arbeit befürworten. Wichtig ist auch die Einbeziehung von Personen, die über notwendiges Kapital verfügen.

Einige Anwesende bezweifeln, dass die Kommunikation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft gut funktioniert und halten daher den Einsatz von Promotoren für erforderlich. Er sollte jedoch nicht für regionale Projekte eingesetzt werden. In diesen Fällen wird eine verstärkte Nutzung der wissenschaftlichen Einrichtungen empfohlen. Der Promotor soll bei überregionalen oder gar internationalen Transfervorhaben helfen. Für solch eine Rolle kommt nur jemand in Frage, der eine starke innere Verpflichtung gegenüber der Region und dem Wirtschaftsstandort Kiel empfindet.

Beziehungspromotoren, die die lokalen Wertschöpfungsketten des landesweiten Technologietransfergeschehens gezielt in überregionale oder gar internationale Wertschöpfungsprozesse integrieren, sind nur selten anzutreffen.

Beziehungspromotoren für Kiel

In Schleswig-Holstein finden sich zahlreiche Beziehungspromotoren, die jedoch primär auf Landesebene agieren.

Es stellt sich die Frage, wie man die Interessenten mit den Promotoren zusammenbringt und wie das, was bereits an Netzwerken besteht, verknüpft werden kann. Eine Möglichkeit wird

im Wissenschaftspark gesehen, wo die KiWi den Kontakt zur Wirtschaft anbietet. Aus Zeitgründen ist dieses Thema leider zu kurz gekommen.

Es existiert bereits ein Arbeitskreis „Kultur und Wissenschaft“, der zu allen Fragen – auch in der Politik - gehört wird. Die Landeshauptstadt Kiel sollte einen solchen Kreis, auch für den Bereich "Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft" initiieren. Es gibt viele Bereiche, in denen die Kooperation verbessert werden muss. Der Ansprechpartner der Stadt müsste unterhalb der Ebene des Promotors liegen. Wichtig hierbei ist, dass die richtigen "Köpfe" zusammengebracht werden.

Fazit

Gesucht wird ein „Trüffelschwein“ für Kiel. Also „jemand der was macht, was sich lohnt“. Eine Persönlichkeit, welche geeignete Technologiegeber und -nehmer zusammenbringt, auch über die Grenzen des Landes hinweg.

Zum Abschluss der Veranstaltung wird noch einmal festgestellt, dass in dieser Runde bereits viele potenzielle Promotoren anwesend sind und es wird die Frage gestellt, ob es evtl. möglich sei, diesen Kreis erneut zu weiteren Themen zusammen zu bringen.

Position: Kiel ist Lebensqualität an der Ostsee

Forum 3: Kiel ist Lebensqualität an der Ostsee (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005)

Moderation: Gertje Freese (Fortbildungsreferentin der Landeshauptstadt Kiel)

Teilnehmer: 26 Personen

Handlungsfelder

Laut Forschungsberichten befinden wir uns am Beginn des „Maritimen Jahrhunderts“ und Schleswig-Holstein wird zur europäischen, maritimen Modellregion erklärt. Das Zusammenwirken harter und weicher Standortfaktoren sowie die Erkennung und Entwicklung standortspezifischer Stärken bestimmen die Dynamik und Attraktivität des Standortes Kiel. Weiche Standortfaktoren, also gestalterisch und landschaftlich attraktive Lagen, führen zur Ansiedlung von neuen Technologien und Dienstleistungsbetrieben. Touristisch vermarktbarere Besonderheiten steigern die Attraktivität als Erholungs- und Ausflugsziel.

Kiel ist eine lebendige Stadt mit hoher Lebensqualität

- ... eine der kinderfreundlichsten Städte am Meer
- ... attraktiver Wohnstandort an der Förde
- ... Großstadt in einer einzigartigen Naturlandschaft
- ... KIEL SAILING CITY – Weltstadt des Segelns
- ... lebendiges und kulturelles Zentrum in der Region und des Landes

Eine allgemein zu akzeptierende Definition von **Lebensqualität** stößt auf Schwierigkeiten. Zu viele unterschiedliche Faktoren bestimmen das subjektive Verständnis von Lebensqualität.

Die dem Forum zugeordneten Handlungsfelder wurden von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wie folgt gewichtet und entsprechend ihrer Bedeutung für die Teilnehmerrunde anschließend diskutiert:

- Städtebauliche Rahmenbedingungen (16 Punkte)
- Demografieorientierte Politik als Standortfaktor (14 Punkte)
- Stadt mit Lebensqualität (13 Punkte)
- Attraktiver Wohnungsbau (12 Punkte)
- Überregionale Veranstaltungsangebote - Sport – Kultur (10 Punkte)
- Weiterentwicklung des Kulturmanagements (7 Punkte)
- Umweltschutz / Umweltqualität als Standortfaktor (0 Punkte)

Handlungsfeld 1: Städtebauliche Rahmenbedingungen

Die städtebaulichen Rahmenbedingungen sind zusammen mit dem Kieler Umland zu betrachten. Die gesamte Zusammenarbeit mit den Umlandgemeinden und der ganzen Region muss weiter intensiviert werden. Kiel soll dabei über kommunale Grenzen hinweg als Groß-

raum betrachtet werden. Hierbei wurde die Notwendigkeit eines Förderahmenplans gemeinsam mit dem Umland betont.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer betonten, dass die Stadt ein **Gesicht** bräuchte, nach innen und außen müssten die Potenziale der Landeshauptstadt Kiel besser wahrgenommen werden. Die Öffnung zum Wasser sollte hierbei weiter verfolgt werden. Kiel hat die Potenziale des Wassers zu spät entdeckt. Als Beispiel für eine mit der Landeshauptstadt Kiel zu vergleichende Stadt wurde Saarbrücken genannt. Obwohl Saarbrücken als Landeshauptstadt kleiner sei, seien die Rahmenbedingungen dort besser.

Handlungsfeld 2: Demografieorientierte Politik

Um die Folgen des demografischen Wandels bewältigen zu können, bedarf es einer **kinder- und altenfreundlichen Stadt**. Die Kinder- und Familienfreundlichkeit des Standortes ist durch Maßnahmen, die den Mangel an attraktiven Wohnungen für Familien beheben, zu verbessern.

In Kiel wurde bislang der Aspekt „**Wohnen am Wasser**“ nicht ausreichend berücksichtigt. Es wurde darauf hingewiesen, dass in Flensburg die Öffnung zum Wasser gelungen sei. Wohnen am Wasser ist attraktiv, besonders für Seniorinnen und Senioren. Daher sollten Ressourcen mobilisiert werden, um den Wohnungsbau am Wasser auch in Kiel zu ermöglichen. Gefordert wird die Aufmerksamkeit aller Beteiligten in diesem Handlungsfeld.

Kiel ist bei Senioren, die bisher im Binnenland gelebt haben, eine beliebter Wohnort im Alter. Das Angebot an attraktiven altengerechten Wohnungen und Häusern sowie die Flächenbedienung ist aufgrund der Nachfrage auswärtiger Senioren zu vergrößern. Die **Seniorenwirtschaft** kann eine Chance für die Zukunft sein (z.B. Beschäftigung der Bauwirtschaft, um seniorenrechtlichen Wohnraum zu schaffen). Das Potenzial der Älteren sollte Kiel als Chance für den Standort sehen. Ausreichend Möglichkeiten seien in der Stadt vorhanden. Die Seniorinnen und Senioren sollten als Konsumenten („Silver-Konsumer“) nicht vergessen werden.

Für eine demografieorientierte Politik als Standortfaktor ist eine gute Infrastruktur für Ältere erforderlich, welche in Kiel laut Meinung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer schon weitestgehend vorhanden ist. Generationsübergreifende „intakte“ Nachbarschaften seien für die Gesellschaft wichtig, entsprechende Maßnahmen sollen gefördert werden.

Handlungsfeld 3: Stadt mit Lebensqualität

Die städtebaulichen Rahmenbedingungen bestimmen teilweise auch die Lebensqualität der Bevölkerung. Neben der Meinung, dass Kiel als Stadt gerade auch für Auswärtige einen offenen Eindruck mache, wurde über die Frage, ob wir - die Bewohner dieser Stadt - Lebensqualität hätten, diskutiert. Die Teilnehmer stellten hierbei fest, dass das Empfinden von Lebensqualität sehr subjektiv sei.

Die Öffnung Kiels zum Wasser für Wohnen und Gastronomie kann zur Hebung der Lebensqualität beitragen. Handlungsbedarfe zur Steigerung der Lebensqualität in Kiel können mit Hilfe eines „benchmarking“-Prozesses erkannt werden, woraus dann gezielte Maßnahmen zu entwickeln wären.

Gute Bedingungen für die Betreuung von Schülerinnen und Schülern z.B. in Ganztagschulen gehören zu den Grundvoraussetzungen für hohe Lebensqualität.

Handlungsfeld 4: Attraktiver Wohnungsbau

Die Möglichkeiten Kiels für Wohnen am Wasser sind stärker herauszuarbeiten. Im Bereich der Wohnungswirtschaft wird der Bedarf an der Bereitstellung attraktiver, größerer Wohnungen in Zukunft zunehmen. Für das mittlere Segment fehlen zurzeit entsprechende Immobilienangebote.

Das Forum diskutierte die Frage, ob allein der Markt die Veränderungen der Bedarfe regulieren könne oder ob dazu ein Eingreifen der Kommune erforderlich sei. Kritisch angemerkt wurde, ob es kommunale Aufgabe sei, sich mit der Gestaltung von Wohnungen zu beschäftigen. Ein Beispiel für urbanes Leben in Kiel sei die Holtenauer Straße. Dort wurde wenig geplant und diese Gegend sei sehr beliebt.

Handlungsfeld 5: Überregionale Veranstaltungsangebote

Beim Thema Veranstaltungen wurde allgemein festgestellt, dass die Umsetzung von vielen „**Events**“ auch kurzfristig möglich sei. Fraglich ist, welche Veranstaltungsangebote die „richtigen“ sind. „Richtig“ seien laut den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Angebote, die „Leben“ in die Stadt bringen.

Die mangelnde Attraktivität Kiels wurde beklagt. Ein Forum für Kreativität in Zusammenarbeit von Politik und Wirtschaft wäre erforderlich, um eine Steigerung zu erzielen. Daraufhin wurden in der weiteren Diskussion einige Kritikpunkte bzw. Verbesserungsvorschläge genannt:

- Verbesserung des Stadtmarketing, um die Bekanntheit von Veranstaltungsangeboten zu steigern. Teilweise sind Veranstaltungsangebote der eigenen Bevölkerung nicht bekannt, dafür aber den Gästen.
- Steigerung der Attraktivität Kiels durch einen schönen Weihnachtsmarkt wie z.B. in Bissensee
- Eine alternative Szene wie in anderen Städten ist in Kiel nicht vorhanden, zum Teil sind Förderungsmöglichkeiten nicht bekannt.
- Zu wenig internationale Künstler kommen für Konzerte etc. nach Kiel. Das Aufstellen einer mobilen Bühne im Sommer für Bandauftritte könnte für einen Ausgleich sorgen. Es wurde vorgeschlagen, eine Seebühne für diese Zwecke aufzubauen.
- Für die Durchführung von mittelgroßen Kongressen/Tagungen wurden in Kiel die entsprechenden Räumlichkeiten vermisst.
- Eine Eventagentur wurde beauftragt, Veranstaltungen am Bootshafen zu planen. Tages-touristen sollen in Zukunft im Vorwege über Kiel informiert werden (z.B. über Einkaufsmöglichkeiten).

Fazit

Nach reger Diskussion wurde von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einhellig festgestellt, dass kurzfristig eine Umsetzung von Projekten aus dem Bereich „überregionaler Veranstaltungsangebote“ zur Attraktivitätssteigerung der Landeshauptstadt Kiel genutzt werden

könnte. Ein Workshop soll sich mit der Findung von Ideen/Highlights beschäftigen („Kreative Ideen sammeln“), um den Standort zu stärken.

Ein weiterer Workshop soll sich mit Maßnahmenplanungen zum Demografischen Wandel beschäftigen.

Workshop „Neue Events für Kiel (Kultur, Sport, Tourismus)“ am 25.05.2005

Moderation: Gertje Freese (Fortbildungsreferentin der Landeshauptstadt Kiel)

Teilnehmer: 13 Personen

**Rückschau auf das Forum 3 der Auftaktveranstaltung
„Kiel ist Lebensqualität an der Ostsee“**

Die Diskussion im Forum III „Kiel ist Lebensqualität an der Ostsee“ anlässlich der Auftaktveranstaltung mündete in der Feststellung, dass eine Umsetzung von Projekten aus dem Bereich überregionale Veranstaltungsangebote zur Attraktivitätssteigerung der Landeshauptstadt Kiel genutzt werden könnte, als Beispiele waren u. a. genannt worden:

- Programm Schulsegele
- Volvo Ocean Race
- Alternatives Open Air Festival
- Skandinavienlauf
- Radrennen
- Attraktiver Weihnachtsmarkt

Schwerpunktthema des Workshops

Zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Kiel beschäftigte sich der Workshop mit der Findung bzw. Sammlung von Ideen/Highlights. Dazu sollte zunächst „Jeder“ seine **Ideen** äußern:

- Mitternachtssport für Jugendliche in der Innenstadt + Shuttle-Service aus dem Umland
- Ducksteinfestival + Oper/Operette u.a.
- Segelregatta mit Tanzfestival an der Förde – an Anlegern
- American´s Cup nach Kiel - Schiff in Kiel stationiert
- Buch für Kiel, z.B. Krimi
- Segelregatta „just for fun“
- Der 1. Nichtraucherstag einer ganzen Stadt in Deutschland, Nichtrauchermarathon, 4,-€-Spende für die Stadt
- 1 x wöchentlich Bühne für Musik in Kiel
- Boxen in der Ostseehalle
- Skilanglauf, Biathlon in der Innenstadt
- Handballturniere, Balltriathlon
- Autorennen: DTM, Formel 3000 etc., kleinere Serien
- Gourmet-Messe + Gutscheine, 6 Gänge in 6 verschiedenen Restaurants + Messe + Musik, kostenloser Bustransfer
- Saturnrakete „Berliner Platz“
- Europameisterschaft für Modellschiffe
- Modellschiffe Kleiner Kiel
- Challenge Day
- Identifikationsfigur
- Drachenbootrennen: 10-15 Personen pro Boot

Konkretisierte Ideen...

In der nachfolgenden Diskussion wurden die Vorschläge dann durch die Teilnehmer ergänzt bzw. konkretisiert und anschließend in drei thematische Gruppen eingeteilt.

... für das Cluster Sport

Heutzutage sind attraktive Angebote für Jugendliche notwendig. Grundsätzlich ist es für Kinder und Jugendliche wichtig, die Straße als Spiel- und Spaßraum wiederzuentdecken. In der Innenstadt könnten „streetball“, „soccer“, Klettern etc. als **Mitternachtssport** angeboten werden. Für eine sichere An- und Abreise der Kinder und Jugendlichen insbesondere der Umlandgemeinden müsste ein Shuttle-Service eingerichtet werden.

Ein weiteres Angebot auf dem Wasser könnte der **Kiel Cup** sein, wenn der American's Cup nach Kiel kommt und ein Schiff in der Landeshauptstadt stationiert wird.

An der Hörn könnte eine **Segelregatta „just for fun“** veranstaltet werden. Rundherum sollten Gastronomie (Speis und Trank mit Stil) und Improvisationstheater etc. das Angebot ergänzen.

Früher genoss Kiel einen guten Ruf als Boxsportstadt. An diesen sollte durch Gründung eines Boxsportvereines und **Boxsportveranstaltungen** in der Ostseehalle, in Kombination mit einem Rahmenprogramm, wieder angeknüpft werden.

Sportveranstaltungen wie Skilanglauf und Biathlon könnten auch **in der Kieler Innenstadt** durchgeführt werden.

Handballturniere und Beachvolleyball auf internationalem Niveau für Jugendliche und Erwachsene wären eine Ergänzung zu den bestehenden Angeboten in Kiel. Ein so genannter Balltriathlon könnten mit einem Ball in Abendgarderobe im Schloss enden.

Das Nordmarksportfeld könnte Austragungsort für **Sandbahnrennen und Autorennen** wie DTM, Formel 3000 etc. und kleinere Serien sein.

Kiel könnte sich beim „**Challenge Day**“ „bewegt“ mit Partnerstädten messen. Bewegungsaktivitäten in verschiedenen Firmen, z.B. für eine Dauer von 30 Minuten, sind dazu vorstellbar. Vertreter der Partnerstädte könnten dazu eingeladen werden.

Des weiteren wurde die Durchführung von **Drachenbootrennen** für ca. 10 - 15 Personen pro Boot an der Hörn in Verbindung mit einem Hörn-Festival vorgeschlagen. Gleichzeitig könnten Attraktionen wie ein **Skater-Turnier** und **Circus Roncalli** an der Hörn stattfinden.

... für das Cluster Kultur

Als **Kiel-Festival** - und damit Kiel als Marke unterstützend - wäre eine Veranstaltung wie das Ducksteinfestival ergänzt mit Oper-/Operettenangeboten u.a. denkbar. So wäre Theater auf bzw. an der Förde möglich.

In Verbindung mit eingeladenen Partnerstädten Kiels könnte eine **Segelregatta mit Tanzfestival** an Anlegern der Förde ausgerichtet werden. Eine Sternfahrt mit Segel- und Motor-

yachten könnte dieses Ereignis zur **Eventregatta** für Teilnehmer und Zuschauer machen und ein glanzvoller Höhepunkt sein.

Ein einmal jährlich erscheinendes **Buch**, z.B. Krimi, dessen Handlungsort Kiel ist, dürfte die Bekanntheit der Landeshauptstadt weiter ansteigen lassen. Lesungen könnten im Literaturhaus und an Orten, die im Buch geschildert werden, durchgeführt werden. An den Kosten könnten sich Sponsoren beteiligen, die zum Dank in der Handlung des Buches aufgenommen werden.

Im Bereich des Bootshafens regten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einmal wöchentlich stattfindende **Musikveranstaltungen auf einer Bühne** an. Auf dieser Bühne könnte unter freiem Himmel und umsonst Kleinkunst und Klassik dargeboten werden. Schulbands und -theatergruppen könnten zur Belebung der Innenstadt beitragen.

... für das Cluster PR

Eine weitere Idee ist die Durchführung des **1. Nichtraucher-tages einer ganzen Stadt** in Deutschland. Damit könnten ein Nichtraucher-marathon sowie eine freiwillige 4 € Spende für die Stadt oder für eine andere Sache verbunden werden. Die Aktion müsste allerdings kurzfristig durchgeführt werden.

Kiel besitzt viele Restaurants und Kneipen. Daher wurde vorgeschlagen für Gourmets z.B. **sechs verschiedene Gerichte in sechs verschiedenen Restaurants** durch ein Gutscheineheft anzubieten. Die Zusammenarbeit mit Busunternehmen könnte den kostenlosen Bus-transfer zwischen den verschiedenen Orten sicherstellen. Parallel wäre die Durchführung einer Messe denkbar.

So etwas „**Verrücktes**“ wie eine **Saturnrakete** auf dem Berliner Platz als etwas Besonderes in Kiel könnte genauso wie der Eiffelturm in Paris, dessen Planung auch einmal eine ausgefallene Idee war, den Bekanntheitsgrad Kiels steigern.

Eher umsetzbar wäre die Durchführung einer **Europameisterschaft für Modellschiffe** auf dem „Kleinen Kiel“. In Verbindung mit anderen Aktionen könnte so ein Event anderer Art angeboten werden.

Kiel hat aufgrund der Zerstörungen des 2. Weltkriegs nicht so viele historische Bauten wie andere Städte. Durch eine **Identifikationsfigur** könnte ein viersprachiges Leitsystem durch Kiel entstehen (...und hier war im Jahr...) bzw. die Figur könnte als Stadtführer fungieren. Die Entwicklung dieser Figur könnte in Zusammenarbeit mit der Muthesius-Hochschule erfolgen. Denkbar wäre ein „Kieler Jung“ bzw. eine „Kieler Deern“ oder ein „Adolf“ in Anlehnung an den Stadtgründer Graf Adolf IV. Kaufleute könnten die Figur vor ihren Geschäften aufstellen.

Insgesamt wird angeregt, die **Aktivierung des Hörngebietes bzw. der Innenförde** zu betreiben. Ladenöffnungszeiten sollte es auch am Sonntag geben. Für viele Aktivitäten sind **erweiterte Öffnungszeiten** Voraussetzung. Die politischen Entscheidungsträger sollten dieses berücksichtigen.

Bewertung der Vorschläge...

Im Anschluss an die konkretisierte Ideenfindung und die Einteilung der Vorschläge in die o.g. Cluster „Sport“, „Kultur“ und „PR“ wurden die einzelnen Beiträge hinsichtlich dreier Fragestellungen bewertet.

1. Wie könnte es gehen?
2. Was brauchen wir dafür?
3. Woran messen wir den Erfolg für Kiel?

...für das Cluster Sport

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops empfehlen, die vorhandenen Aktivitäten in der Landeshauptstadt Kiel mit Sport-Events zu ergänzen. Eine Verbindung von Sport und Unterhaltung könnte eine Steigerung der Attraktivität der verschiedenen Veranstaltungen bewirken. Das kürzlich durchgeführte Kids-Festival könnte zum Beispiel mit Handballaktivitäten verbunden werden. Des Weiteren wären Kanufahrten oder Ruderregatten zwischen Sportlern und Prominenten denkbar. Mit den bisherigen Veranstaltern sollte Kontakt hergestellt werden. Hierbei ist eine Ergänzung durch Sponsoren und eine starke Verwaltung denkbar. Der Erfolg solcher Veranstaltungen könnte anhand der Teilnehmerzahlen gemessen werden. Die PR und die Resonanz der Besucher entscheiden über den Erfolg.

Bei überregionalen Veranstaltungsangeboten ist eine Kommunikation mit anderen Veranstaltern erforderlich. So wird zum Beispiel das Image der Stadt durch Mitternachtsveranstaltungen für Jugendliche gefördert. Ein sogenanntes „**Ständiges Kieler Woche Büro**“ würde die Verbindung zwischen Kultur / Sport und Veranstaltern zum Vorteil der Veranstaltung sichern. Durch **Kiel-Marketing** könnten die Angebote entsprechend bekannt gemacht werden.

Aus Sicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops könnten Veranstaltungen wie Segelregatta „just for fun“ und Drachenbootrennen besonders erfolgreiche Veranstaltungen sein.

...für das Cluster Kultur

Eine Bühne am Bootshafen mit monatlichen Veranstaltungen in Verbindung mit Kleinkunst, Auftritten von Schulorchestern und durch Unterstützung des Kulturamtes könnte die Innenstadt beleben und zur Bereicherung des Kulturerlebens in Kiel beitragen. Der Erfolg solcher Veranstaltungen würde durch die Besucherzahlen und das Weiterbestehen als ständiges Veranstaltungsangebot gemessen werden.

Als einmal im Jahr stattfindendes Event empfehlen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Durchführung einer Segelregatta mit Tanzfestival. Durch Einbeziehung der Wasser- und Motorbootportler könnte eine Sternfahrt mit Segel- und Motorbooten die Veranstaltung ergänzen. Tanzvorführungen und kulinarische Umrahmung würden zu einem Angebot führen, das es in dieser Form noch nicht gibt. Der Erfolg solch einer Veranstaltung würde wieder über die erzielte Resonanz ermittelt werden.

...für das Cluster PR

Die Durchführung eines Nichtraucher-tages einer ganzen Stadt in Deutschland müsste kurzfristig erfolgen, bislang ist so eine Aktion noch nicht erfolgt. Kiel wäre die erste Stadt in Deutschland. Mit einem entsprechenden Konzept könnte man PR erzielen. Der Erfolg wäre messbar an der Akzeptanz und der Anzahl der Teilnehmer.

Gutes Essen in verschiedenen Restaurants an einem Tag in Verbindung mit einem Shuttle-Service durch Autokraft bzw. KVG wird bislang noch nicht angeboten. In Zusammenarbeit mit Dehoga und den Busunternehmen sowie in Kooperation mit den Schiffslinien könnte in der Nebensaison dieses Angebot die entsprechende Aufmerksamkeit erregen. Die Anzahl und Resonanz der Teilnehmer entscheidet über die Wiederholung des Angebots.

Die Entwicklung und Schaffung einer Identifikationsfigur für Kiel könnte zu einem Leitsystem durch Kiel führen. Zunächst müsste ein Wettbewerb durchgeführt werden und eine Jury müsste über die Art der Figur entscheiden. Die Akzeptanz entscheidet über den Erfolg dieser Idee.

Im PR-Bereich wäre eine Aktivierung der Kieler Förde mit Hilfe einer Belebung durch Schiffe denkbar.

Fazit

Folgendes allgemeines Fazit des Workshops kann für alle weiteren Aktivitäten gezogen werden:

➤ **Wie könnte es gehen?**

Es empfiehlt sich, vorhandene Aktivitäten mit Sportereignissen zu ergänzen. Neue Kombinationen sorgen für eine Attraktivitätssteigerung.

➤ **Was brauchen wir dafür?**

Kontakte zu den Veranstaltern, zu Sponsoren und anderen Fachleuten sowie eine „schlanke“ Verwaltung und Bürokratieabbau wären Voraussetzungen für neue erfolgreiche Events für Kiel und in Kiel.

➤ **Woran messen wir den Erfolg für Kiel?**

Bei allen Veranstaltungsangeboten kann der Erfolg an den Teilnehmerzahlen, der PR-Arbeit und der Resonanz der Teilnehmer gemessen werden.

Folgende **Ideen** wurden von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern besonders hervorgehoben und zur Umsetzung empfohlen:

- Segelregatta „just for fun“
- Drachenbootrennen
- Segelregatta mit Tanzfestival
- Bühne am Bootshafen mit Kleinkunst etc.
- Identifikationsfigur für Kiel
- Nichtraucherstag
- Gourmet-Messe mit Shuttle-Service

Position: Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege

Forum 4: Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege (im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 08.04.2005)

Moderation: Dr. Gabriela Husmann (Leiterin der EU-Regiestelle der Landeshauptstadt Kiel)

Teilnehmer: 25 Personen

Diskussionsgegenstand

Zunächst wurden die im Struktur- und Entwicklungskonzept aus der Sicht der Verwaltung genannten, für dieses Forum relevanten **Stärken und Schwächen** beschrieben, die vom Forum um weitere Schwächen (*kursiv* gedruckt) ergänzt wurden:

Stärken

- Marketingoffensive „Kiel ist klar“
- Sitz wichtiger Institutionen (Wirtschaftsförderung und Technologietransfer)
- Große Aktivitäten der LH Kiel
- Überdurchschnittlich hohe Gründerquote
- Fördermittel für Strukturwandel
- Alternative Finanzierungsmodelle (PPP)
- verstärkte Kooperation von Werften und mit Zulieferbetrieben
- Kooperation mit dem Umland, K.E.R.N., anderen Oberzentren und Hamburg

Schwächen

- Arbeitsplatzverluste (verarbeitendes Gewerbe)
- Rationalisierungsbestrebungen der öffentlichen Verwaltung, Banken und Versicherungen
- Innovationsschwächen
- noch fehlendes umfassendes Standortmarketing
- Finanzsituation der Stadt
- Auslaufen der Förderprogramme nach 2006
- Wettbewerbsvorteile ostdeutscher Städte durch höhere Förderquoten
- *kein Verbund von Wissenschafts- und Innovationsförderung*
- *Wissenschaft zu praxisfern*
- *Förderung zu viel verwaltet, zu wenig gestaltet*
- *periphere geographische Lage*
- *Konzentration auf Schiffbauindustrie ?*

Besonders auffällige Stärken und Schwächen werden hierbei allerdings nicht erkannt. Die Problematik ähnelt zum großen Teil der anderer Kommunen bzw. anderer Wirtschaftsstandorte. Kiel sollte in den Handlungen daher immer einen Schritt voraus sein. Wie diese Zielsetzung erreicht werden kann, stand im Mittelpunkt der nachfolgenden Diskussion.

Handlungsfeld 1: Neue Leitlinien Wirtschaftsförderung und Existenzgründungsförderung

Es wird erneut angesprochen, dass in der Vergangenheit die für Wirtschaftsförderung und Gründungen zuständigen Stellen nicht auf den ersten Blick erkennbar waren. Generell wird

eine gewisse **Transparenz** hinsichtlich der Wirtschaftsförderung vermisst. Als weitere Schwäche wird genannt, dass Wirtschaftsförderung bisher nur verwaltet und nicht gestaltet wurde. Ebenfalls sollten die Fördermöglichkeiten der Banken und Kreditinstitute präsenter sein. Wünschenswert wäre u.a. auch ein Grundstückskataster für Gewerbegrundstücke.

Die von der Verwaltung als Stärke definierte **Kooperation mit dem Umland** und auch mit der Kernregion Hamburg wird differenziert betrachtet, also sowohl den Stärken als auch den Schwächen zugeordnet. Es wurde insbesondere die Zusammenarbeit mit dem Umland und der K.E.R.N.-Region als verbesserungswürdig erachtet.

Laut den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wäre es wichtig, sowohl in Fragen der Wirtschaftsförderung als auch in Antrags- und Genehmigungsverfahren nur eine Anlaufstelle zu haben. So sollte es in der Kommunalverwaltung auch nur eine Person geben, die als zuständiger Ansprechpartner fungiert und die internen Verwaltungs- und Genehmigungsabläufe koordiniert und steuert. Antragsteller würden so nicht herumgereicht werden.

Grundsätzlich sollten die Bemühungen der Wirtschaftsförderung nicht nur darauf hinauslaufen, neue Unternehmen anzusiedeln, sondern primär darauf abzielen, die bestehenden Unternehmen zu halten und zu fördern (**Bestandspflege** und **Bestandsentwicklung**). Ganz wichtig seien Besuche in den Unternehmen in Kiel, gerade auch bei den kleineren und mittelständischen Unternehmen. Hier säßen die Chefs vor Ort. Gleichzeitig sollten die Unternehmen best-practice-Beispiele in Antrags- und Genehmigungsverfahren sowie in der Betreuung und Kontaktpflege publik machen. Die Imagepflege muss nach außen getragen werden.

Zum Stichwort **Verwaltungslotsen** wird geäußert, dass Lotsen keine Bürokratie abbauen würden sondern sie nur kanalisieren.

Handlungsfeld 2: Die Stadt als Dienstleister

Die Verwaltungswege sollten gestrafft und hierbei Entscheidungsstrukturen verändert werden. Anhand konkreter Beispiele müsste die Stadt einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess einleiten. Es sollte u.a. das Formularwesen mit anderen Kommunen verglichen und, soweit möglich, vereinfacht werden. Die Zielsetzung muss hier lauten, die „Geschwindigkeit“ der Verfahren aufgrund von Zeitersparnis durch Bürokratieabbau zu erhöhen.

Als ein **Oberziel** wird subsummiert „**Die Finanzkraft der Landeshauptstadt Kiel zu erhöhen**“.

Die Stadt muss sich als **Dienstleister für die Bürgerinnen und Bürger und für die Wirtschaft** verstehen. In diesem Zusammenhang wurde ein Mentalitätswandel der in der Stadtverwaltung Beschäftigten gefordert. Es muss mit einer Stimme gesprochen werden und trotz unterschiedlicher Interessenverfolgungen dürfen keine Streitigkeiten unter den Ämtern aufkommen. Hierbei müssen Zielvereinbarungen getroffen werden und bei Konflikten ist die übergeordnete Zielvorgabe entscheidend.

Ein ganz besonders wichtiges Anliegen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bestand darin, die **Stärken der Landeshauptstadt Kiel noch deutlicher herauszustellen**, u.a. auch in dem Marketing-Konzept „Kiel ist klar“. Anstatt die „periphere Randlage“ Kiels zu beschreiben, sollte eher auf das Tor zum Baltikum“ oder auf eine Landeshauptstadt ohne Staus o.ä. hingewiesen werden. „Tue Gutes und rede darüber!“

Themenvorschläge für anschließende Workshops

Zum Schluss wird über eine Punktabfrage ermittelt, welche Themen vordringlich und kurzfristig von der Stadt angegangen werden sollten. In diesem Zusammenhang wird allerdings darauf hingewiesen, dass bestimmte vorgeschriebene Verfahrensabläufe nicht ohne weiteres verkürzt werden könnten. Das Plenum vertritt die Auffassung, dass grundsätzlich alle Themen gleich wichtig seien und trotz der Punktbewertung keines der nachstehend genannten Themen herausfallen sollte. Alle Themen seien es wert, in Workshops behandelt zu werden. Trotzdem soll bei der weiteren Umsetzung des Struktur- und Entwicklungskonzeptes erst einmal eine **Konzentration auf einzelne Schwerpunkte** stattfinden, wobei die gewünschten Ziele konkret beschrieben werden sollen. Bei der Gewichtung bzw. der Auswahl sollte dann festgelegt werden, welche Themen die Stadt kurzfristig erfolversprechend angehen könnte (Verkehrsprojekte besitzen z.B. einen sehr langen Zeithorizont).

Bewertung der Themen aus dem Struktur- und Entwicklungskonzept:

- Neue Leitlinien Wirtschaftsförderung (12 Punkte)
- Existenzgründungs- und Gewerbeflächenmanagement (1 Punkt)
- Weiterentwicklung der wirtschaftsnahen Infrastruktur (3 Punkte)
- Flächenpotenziale (0 Punkte)
- Förderkulisse (1 Punkt)

Bewertung der Themenvorschläge aus dem Forum:

1. Die Stadt als Dienstleister (29 Punkte)

- Verwaltung spricht mit einer Stimme
- Stadt pflegt und sucht Kontakte zu Unternehmen
- Hälfte der Zeit zur Bearbeitung von Vorgängen
- 1 Ansprechpartner bei der LHK
- Straffung der Verwaltungswege
- Stadt als Dienstleister der Wirtschaft
- 10 konkrete Anträge als Beispiele
- Schnelligkeit der Bearbeitung

2. Bestandssicherung / Bestandsentwicklung (2 Punkte)

3. Stadtmarketing – innen und außen (11 Punkte)

- Hochidentifikationsfähige Aktionen
- Image
- Konsens der Grundlagen

4. Zielvorgabe / Zielvereinbarung (16 Punkte)

- Priorisierung von Zielen der Verwaltung
- Zielstruktur
- Konzentration der Umsetzungskapazität

5. Weitere Themen

- Zentralisierung der Wirtschaftsförderung
- Best practice Beispiele
- kontinuierliche Ansprechpartner der Wirtschaftsförderung
- Test der EU-Dienstleistungsrichtlinie

Fazit

Als die sicherlich zentralste Erkenntnis dieses Forums bleibt festzuhalten, dass die Stärken der Landeshauptstadt Kiel in der Öffentlichkeit deutlicher beschrieben und stärker hervorgehoben werden sollen, so dass sie sich nachhaltig im Denken aller beteiligten Akteure festsetzen können. Hierbei ist zu beachten, dass zur Erreichung dieser Zielsetzung das Stadtmarketing entscheidend gestärkt und verbessert werden soll, damit das positive Ansehen Kiels sowohl nach innen für die eigenen Bürgerinnen und Bürger als auch nach außen für mögliche Investoren, Touristen oder hochqualifizierte Fachkräfte weiter gesteigert werden kann.

Workshop „Stadtmarketing – Ist Kiel schon klar?“ am 01.06.2005

Moderation: Dr. Gabriela Husmann (Leiterin der EU-Regiestelle der Landeshauptstadt Kiel)

Teilnehmer: 13 Personen

**Rückschau auf das Forum 4 der Auftaktveranstaltung
„Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege“**

Aus dem Kreis des Plenums wird kritisch angemerkt, dass das Thema des vorangegangenen Forums 4 – „Die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege“ - heute anscheinend nicht konkret weiter verfolgt werden soll.

Frau Dr. Husmann weist diesbezüglich darauf hin, dass dieses Thema innerhalb der Verwaltung weiterverfolgt wird, dass im vorangegangenen Forum aber auch festgestellt wurde, dass ganz offensichtlich die Außenwirkung der Stadt Kiel verbesserungswürdig sei und der Themenkomplex „kurze Wege“ dort mit einfließt.

Hauptthema des Workshops

Die im Vorfeld vorgesehenen Diskussionsfelder...

- Ist Kiel klar?
- Wie sieht ein Fremder Kiel heute?
- Wie soll ein Fremder Kiel in 3 Jahren sehen?

...werden aufgrund der divergierenden Interessen und Erwartungshaltungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch die zwei folgenden Themenschwerpunkte ersetzt:

- Stadt der kurzen Wege (Schwerpunkt)
- Stadtmarketing

Diskussionsvorschläge

Als Punkte, die laut Meinung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Diskussion weiter vertieft werden sollen, wurden folgende Aspekte genannt (unsortiert):

- keiner trifft mehr Entscheidungen
- es müssen zuerst Produkte gebildet werden, bevor sie vermarktet werden sollen
- es müssen Teams gebildet werden, die entscheiden und die Verantwortung tragen
- welche Entscheidungswege gibt es - und Überprüfung derselben
- welche Entscheidungsebenen gibt es - und Überprüfung derselben
- Kiel besitzt keine Identität
- die Wirtschaftsentwicklung ist der Motor der Stadtentwicklung
- Bürgerbeteiligung verursacht Zeitverluste
- Vorab-Signale durch Entscheidungsträger
- Beschleunigung von Genehmigungsverfahren

Auf die Nachfrage nach konkreten Beispielen für (u.a. schnelles) Verwaltungshandeln werden mehrere Beispiele genannt, welche aus Sicht der Teilnehmerrunde für schnelles oder

aber verzögertes Verwaltungshandeln der Landeshauptstadt Kiel aufgrund großem oder eher geringem, gemeinsamem öffentlichem Interesse stehen:

➤ *Verzögertes Verwaltungshandeln:*

Laut den Teilnehmerinnen und Teilnehmern stehen die Beispiele „CITTI“-Markt, Hotel an der Ostseehalle und Halle Winterlager (Olympia-Zentrum Schilksee) für ein eher verlangsamtes Verwaltungshandeln. Die öffentlichen und privaten Interessen an diesen Objekten divergieren sehr stark und folglich würden sie nicht so schnell vorangetrieben werden.

➤ *Schnelles Verwaltungshandeln:*

Die Projekte IKEA, Ostseehalle oder aber Color Line verfügten laut der Teilnehmerrunde über ein großes gemeinsames Interesse aller Akteure und seien vom Image her stark positiv besetzt. Dementsprechend laufen die Verwaltungsprozesse in diesen Fällen laut den Teilnehmerinnen und Teilnehmern sehr viel schneller ab.

Handlungsempfehlungen

Zum weiteren Vorgehen wurden von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern abschließend folgende Handlungsempfehlungen für die beiden zuvor identifizierten Bereiche „*Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege*“ und „*Stadtmarketing: Ist Kiel schon klar?*“ ausgesprochen:

➤ **Kiel ist die Stadt der kurzen (Entscheidungs-)Wege**

- Ziele als Wegweiser für die Mitarbeiter entwickeln und Fallgruppentypologien erstellen
- Vorschriften großzügig auslegen
- Aufgabenkritik und Prioritätensetzung durch die Amtsleiter/Amtsleiterinnen
- Bedeutung der Politik bzw. die Einflussnahme der politischen Gremien in das Verwaltungshandeln dokumentieren
- dokumentieren, warum einzelne Vorhaben über Jahre laufen
- das städtische Baurecht überprüfen
- Konzept entwickeln, um auf Kunden zuzugehen (nicht abwarten, wer kommt)

➤ **Stadtmarketing: Ist Kiel schon klar?**

- Kiel als Universitätsstadt aufwerten und Arbeitsbedingungen schaffen; Kiels Hochschulen sind s.g. Geberhochschulen, d. h. die Absolventen verlassen Kiel nach dem Studium
- eine positive Identität für Kiel schaffen bzw. ein positives Bild erzeugen
- Definition: Was wollen wir sein?
- Defizite benennen: Was fehlt Kiel als moderne Großstadt?
- Die „Wasserfront“ beschreiben - was wollen wir alles am Wasser machen?
- Die Sonntagsöffnung in der Innenstadt fördern
- Wie können Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft in einen kontinuierlichen Kommunikationsprozess gebracht werden?
- Konzept des „Business Improvement District“ (BID) fördern
- Kiel als Veranstaltungsort entwickeln
- Kiel als Wissenschaftsstandort entwickeln

- Kiel als Gesundheitsstandort entwickeln
- kurze Entscheidungswege schaffen
- auf allen Ebenen mit einem breiten Konsens Zielstrukturen erarbeiten

Fazit

Nach der thematischen Korrektur zur Beginn der Veranstaltung – Stadt der kurzen Wege als Schwerpunkt neben dem Thema: Stadtmarketing – wurde deutlich, wie schwierig es ist, den allgemeinen Eindruck, dass die Verwaltung zügiger und effizienter handeln müsse, zu konkretisieren. Dies dokumentiert sich auch in den entsprechenden Handlungsempfehlungen. Im übrigen wurde dieser allgemeine Eindruck nicht von allen Beteiligten geteilt.

Bzgl. Stadtmarketing wurden zwei verschiedene Herangehensweisen deutlich:

1. Man müsse zunächst den Fokus auf dem Herausarbeiten der eigenen städtischen Identität, dem zu vermarktenden Produkt, legen, bevor mit einer entsprechenden Vermarktung begonnen werden könne.
2. Man könne bereits ein Produkt vermarkten, ohne dass alle seine Facetten bereits definiert seien.

Teilnehmerliste

Name	Vorname	Firma/Institution
Bartłomiej	Jürgen	Amt für Organisation und Verwaltungsreform
Basoglu	Semra	Büro Soziale Stadt Gaarden
Becker	Kai-Christian	b+m Informatik AG
Beckers	Hans-Joachim	Industrie- und Handelskammer zu Kiel
Behrens	Ingmar	Image Marketing GmbH
Behrens	Ralf	Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
Benecken	Jürgen	WOBAU Wohnungsverwaltung GmbH
Bergemann	Sönke	Haus & Grund Grundeigentümergeverein
Dr. Biel	Jörn	Industrie- und Handelskammer zu Kiel
Birr	Katrin	Schiffswerft Gebr. Friedrich GmbH & Co. KG
Birr	Klaus	Schiffswerft Gebr. Friedrich GmbH & Co. KG
Prof. Dr. Block	Hans-Jürgen	Innovationsstiftung Schl.-H.
Bock	Harald	Bürgerschaftsbank Schleswig-Holstein GmbH
Bock	Rainer	Industrie- und Handelskammer zu Kiel
Bock	Stefan	Deutsche Städte-Medien GmbH
Bohm	Hansjörg	Stadtplanungsamt
Bonow	Wiebke	V.V.I.P.
Bormann	Götz	Sparkasse Kiel
Böttcher	Erwin	Techniker Fachschule Kiel e. V.
Böttcher	Jens	BDO Deutsche Warentreuhand AG
Brünner	Joachim	Siemens AG
Bruns	Ralph	KIWI Kieler Wirtschafts- und Strukturentw. mbH
Dr. Claus	Dirk	KIWI Kieler Wirtschafts- und Strukturentw. mbH
Coordes	Petra	LVS Schleswig-Holstein
Daschkeit	Achim	Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Dau-Schmidt	Wulf	Verein der Freunde der Festung Friedrichsort
Dickow	Astrid	Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein
Ratsfrau Diehr	Erika	
Diesel	Dieter	Sportverband Kiel e. V.
Donat	Sven	Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein
Dudda	Torsten	"Die Holtenauer" c/o Lornsen Apotheke
Prof. Dr. Eckert	Jörn	Rektor der Christian-Albrechts-Universität
Ratsherr Ehmke	Stephan	
Ellerbeck	Ulrich	HSH Nordbank AG
Engler	Frank	Sporthafen Kiel GmbH
Fedders	Dirk	Dezernat II - Umwelt, Planen und Bauen
Feldmann-Jäger	Kurt	Sozialdezernat
Feldt	Wilm	Investitionsbank Schleswig-Holstein
Felsmann	Eckhard	Heidelberger Druckmaschinen AG
Fladvad	Gunnar	Volvo Penta Central Europe GmbH
Fornahl	Michael	Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr
Freund	Hans-Helmut	Amt für Schule, Kinder- und Jugendeinrichtungen
Fröhler	Gerhard	Walterwerk Kiel GmbH & Co KG
Gerecht	Cerstin	Kulturamt
Göttsche	Klaus	LEG S-H Entwicklung GmbH
Graf	Joachim	Hotel Maritim-Bellevue
Graw	Stefan	BAHR GrundstücksgesellschaftMax Bahr Holzhandlung GmbH & Co. KG
Ratsherr Hahn	Jürgen	
Halbe	Jochen	Redaktion: Meer & Yachten
Hamer	Börge	Teamleitung Fallmanagement
Hanemann	Peter	Studien- u. Fördergesellschaft d. Schl.-Holst. Wirtschaft e.V.
Ratsherr Hansen	Conrad	
Harms	Steffi	Frauennetzwerk zur Arbeitssituation e.V.
Hartmann	Manfred	Wehrbereichskommando I Küste
Hasenritter	Gerd	BDO Deutsche Warentreuhand AG
Prof. Dr. Hassenpflug	J.	Klinik für Orthopädie an der CAU Kiel
Dr. Henf	Frieder	Technologie-Region K.E.R.N. e.V.
Hensel	Peter	Wehrbereichsverwaltung Nord AST Kiel
Dr. Hermann	Hayo	CAU Institut für Regionalforschung

Teilnehmerliste

Name	Vorname	Firma/Institution
Hoffmann	Gerhard	Wehrbereichsverwaltung Nord AST Kiel
Dr. Hogrefe	Lüder	Raytheon Marine GmbH
Holborn	Tim	Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Ratsherr Huckriede	Dietrich	
Hüsgen	Axel	Hüsgen & Schmidt GmbH & Co. KG
Jacobi	Jörg	Wir Drei Werbung GmbH
Jacobi	Ulrich	Max Jacobi Spedition GmbH
Jacobs	Herbert	b+m Informatik AG
Dr. Jenisch	Uwe	Maritimes Forum e. V.
Dr. Jessen	Timm H.	SCIENAMICS GmbH
Prof. Dr. Jünemann	Klaus-P.	Universitätsklinikum Kiel
Jungen	Georg	Müllverbrennung Kiel GmbH
Kalweit	Susanne	Referat für Frauen
Kässens	Werner	Investitionsbank Schl.-Holstein
Keck	Joachim	Investitionsbank Schl.-Holstein
Kersig	Jan Christoph	Kersig & Co. Hausverwaltung und Immobilien
Prof. Dr.-Ing. Kinias	Constantin	Rektor Fachhochschule Kiel
Klagge	Jürgen	Vorstand des Beirates für Seniorinnen und Senioren
Klinck	Wolf-Dieter	Friseur Klinck
Knüpp	Helmut	Wankendorfer Baugen. Schleswig-Holstein eG
Koep	Matthias	Wirtschaftslotse
Koopmann	Jens-Peter	Landeshauptstadt Kiel
Kostka	Christoph	Arbeitsgemeinschaft Schl. -Holst. Wohnungsuntern. e. V.
Ratsherr Kramer	Klaus-Peter	
Laabe	Martina	Techniker Fachschule Kiel e. V.
Langner	Manuel	Autohaus Hansa GmbH
Dr. Langness	Hermann	Bartels-Langness Handelsgesellschaft mbH Lebensmittel-Großhandlung
Lehmann-Matthaei	Björn	F & E-Zentrum FH-Kiel GmbH
Lessau	Carl-Heinz	Hotel Kieler Kaufmann
Liebrenz	Frank	Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein
Lindenau	Dirk	Lindenau GmbH Schiffswerft und Maschinenfabrik
Lohrke	Norbert	Büro der Oberbürgermeisterin
Lücke	Fritz	Industrie- und Handelskammer zu Kiel
Mädel	Wolfgang	IG Metall Verwaltungsstelle Kiel
Magnussen	Regine	Hausverwaltung
Malterer	Holger	ver.di - Bezirk Kiel/Plön
Mates	Katrin	KIWI Kieler Wirtschaftsf.- und Strukturentw. mbH
Mathias	Stefan	Color Line
Mau	Thomas	V.V.I.P.
Melzer	Jürgen	Hafen- und Seemannsamt
Dr. Mierwald	Ulrich	Kieler Institut für Landschaftsökologie
Mohr	Sören	New communication GmbH & Co. KG
Möller	Adolf-Martin	Stadtrat für Soziales
Ratsherr Möller	Alexander	
Morawetz	Rainer	Zentr. f. maritime Techn. und Seefischmarkt GmbH
Morisse	Wilfried	BIS Büro Für Integrative Stadtentwicklung
Müller	Alexander	VRK Verkehrsverbund Region Kiel
Dr. Murmann	Philipp	Zöllner GmbH
Nebert	Freya	KIWI Kieler Wirtschaftsf.- und Strukturentw. mbH
Dr. Niemann	Wolf Dieter	Süverkrüp - Mercedes Benz
Niggemann	Thomas	Landessportverband Schlesw.-Holst. e. V.
Ogurreck	Hans-Joachim	Amt für Schule, Kinder- und Jugendeinrichtungen
Ohlsen	Arne	enteraktiv
Oppermann	Martina	Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr
Pauer	Herbert	Wehrbereichsverwaltung Nord
Pelzer	Margit	GeoTopic
Petersen	Björn	John Spiering Immobilien RDM
Plambeck	Peter	GVI Immobilien GmbH
Prien	Peter	Karl Prien GmbH u CO.KG.

Teilnehmerliste

Name	Vorname	Firma/Institution
Rasmus	Anke	CAU Institut für Betriebswirtschaftliche Innovationsforschung
Reddig	Cornelia	Siemens AG Region Hanse Niederlassung Kiel
Reimer	Axel	MMC Multimedia-Campus GmbH
Prof. Dr. Reimers	Walter	Fachhochschule Kiel
Rexer	Brigitta	Vorsitzende Ortsbeirat Steenbek-Projensdorf
Rinke	Karen	KIWI Kieler Wirtschaftsf.- und Strukturentw. mbH
Rohr	Joachim	HypoVereinsbank AG
Dr. Rohweder	Jürgen	Howaldtswerke Deutsche Werft AG Pressestelle
Ruhnau	Axel	MAK DATA SYSTEMS
Salwik	Isabel	Tourist Information Kiel e.V.
Sauerbaum	Eckhard	
Schmalz	Kurt G.	GVI Immobilien GmbH
Schmeckthal	Uwe	Tiefbauamt
Schmid-Sperber	Reinhold	Take Rechtsanwälte und Steuerberater
Schmidtke	Dipl.-Ing. Holger	Unternehmer Service Kiel GmbH
Dr. Schmidtke-Glamann	Wolf-Dieter	Bundesagentur für Arbeit
Schnitzler	Dörte	Bündnis 90/DIE GRÜNEN Kulturausschuss
Scho	Arnold	Handels- und Gewerbeverein Pries-Friedrichsort
Schöffel	Oswald	Caterpillar Motoren GmbH & Co. KG
Scholtysik	Peter	Handels- und Gewerbeverein Pries-Friedrichsort
Schröder	Uwe S.	Walterwerk Kiel GmbH u. Co. KG
Schulz	Michael	COMCITY GmbH
Schwarze	Björn	ADDIX Internet Services GmbH
Sindt	Volker	Haus & Grund Hausverwaltung GmbH
Dr. Skaruppe	Martin	Sparkasse Kiel
Dr. Steentoft	Heino	CAU Technologietransfer
Ratsfrau Stück	Gesine	
Stüer	Robert	Architekten Schnittger
Dr. Süverkrüp	Fritz	Süverkrüp - Mercedes Benz
Dr. Swatek	Dieter	MMC Multimedia-Campus GmbH
Tewes	Reimer	Wirtschaftsrat der CDU e. V. Landesverband Kiel
Dr. Tietze	Gunnar	GeoTopic
Tischendorf	Wilhelm	Tischendorf Möbeltransport & Bestattungen
Uschkoreit	Klaus R.	Verein Mentoren für Unternehmen in SH e.V.
Villwock	Andreas	IFM-Geomar, Leibniz-Institut für Meereswissenschaften
Voelz	Heinz	Kleingärtnerverband
Völmicke	Bernward	Wirtschaftsnotse
Volquartz	Angelika	Oberbürgermeisterin
Vonhausen	Hans-Walter	AXA Versicherung AG
Voßhall	Rüdiger	Regenbogen AG
Wachholtz	Ulrich	Unternehmensverb. Mittelholstein Wachholtz Verlag GmbH
Wagner	Manfred	Amt für Wohnen und Grundsicherung
Weppner	Werner	CAU Techn. Fakultät
Williams	Kaarina	Investitionsbank Schl.-Holstein
Winkelmann	Hartmut	Hartmann und Partner
Wirth	Evelyn	Steigenberger Hotel Conti Hansa
Wölfel	Bernd	Kieler Verkehrsgesellschaft
Dr. Wortmann	Klaus	Innovationsstiftung Schl.-H.
Dr. Wotha	Brigitte	Büro für Stadt- und Regionalentwicklung
Zacher	Georg	Vorsitzender Ortsbeirat Ravensburg/Brunswik/Düsternbrook
Zeinert	Michael	Tourist Information Kiel e.V.
Ziertmann	Marc	Städteverband Schleswig-Holstein
Zychski	Holger	Siedlungsbauges. Herrmann & Paul Frank mbH & Co.KG