

WiföLAB-Tagung

17. April 2024

Workshop: **Regional- & Netzwerkentwicklung**
- von Trends & Theorie jetzt zur
Transformation mit **Methodik**
& **Plattformisierung!**



35 JAHRE
cobra®

 MADE IN GERMANY

Vom **WHY** über das **WHAT** zum **HOW** regionaler Ökosysteme!

Why?

Trend/Vision: Kommunen, Regionen, D
alles wird zu **Netzwerken / Ökosystemen** oder **Untergang!**

What?

Theorie I:
Lahner-Treppe

Theorie II:
Litz-Treppe

Theorie III:
Stember-P.S.

How?

Transformation:
OWL & Co. methodisch
„plattformisieren“

WHY/Trend: Kommunen, Regionen, Nationen ... Richtung Ökosystem



Für Kommunen!

29.09.2023
Congress Center

KGSt®

29.09.2023
Congress Center Hamburg CCH

KGSt®-FORUM

Herzlich willkommen in der Netzwerkkommune

Unser Panel zur Zukunft der Regionalentwicklung

Dr. Petra L.
Universität Bayre



Für Regionen!

Almut Rademacher
owl maschinenbau e.V.

Almut Rademacher

Marie Ting

Roundtable II:

Regionen als Netzwerke!

Why?

Im Umbruch zur postindustriellen Ordnung

Für D: DAK

Für D: DATI!

„Eine Gesellschaft kokreativer Ökosysteme ist ambitioniert. Sie entscheidet jedoch darüber, ob künftige gesellschaftliche Umbrüche ihre Kinder fressen oder ob Transformation gelingt.“

WHAT/Theorie I, II, III: „Lahner-Treppe“, „Litz-Wellen“ & „Stember P.S.“



1. WIFÖ: VERWALTER

- Standortinformation
- Gewerbeflächenverkauf
- Kommunikation:
- Behörde - Betrieb

2. WIFÖ: BERATER ..

- Interkomm. Zusammenarbeit
- Standortwerbung
- Gewerbeflächenvermarktung
- Kommunikation mit Partnern aus Wirtschaft, Verwaltung
- Gründungsberatung
- Bestandspflege
- Technologietransfer

3. WIFÖ: NETZWERK-MANAGER

- Leitbild/Proflierung
- neue Kommunikationswege
- Fachkräfteinitiativen
- Regionalentwicklung
- Standortmarketing
- Gewerbeflächenentwicklung
- Kommunikation mit sämtl. Stakeholdern
- Gründerökosystemmanager
- Bestandsentwicklung
- Wissenstransfer (WT)
- Wettbewerbe



at?

Konkretisierung im Stember'schen Periodensystem!

Konkretisierung im Stember'schen Periodensystem!

What?



CRM („intern“)

Digitalisierung II: Virtualisierung (Ausbau Remote)

CXM*
(„extern“)

**Digital
Plattform
(Besser CXM/CRM)**

Plattform („Amazon“)

I. „Lahner-Treppe“ als normativer Rahmen (=> Netzwerk-Management)

II. „Litz-Wellen“ als digitale Umsetzung

III. „Stember Periodensystem“ als

WHAT/Theorie I, II, III: „Lahner-Treppe“ z.B. nicht alleine ...



1. WIFÖ: VERWALTER

- Informieren gestalten
- Standortinformation
- Gewerbeflächenverkauf
- Kommunikation: Behörde - Betrieb

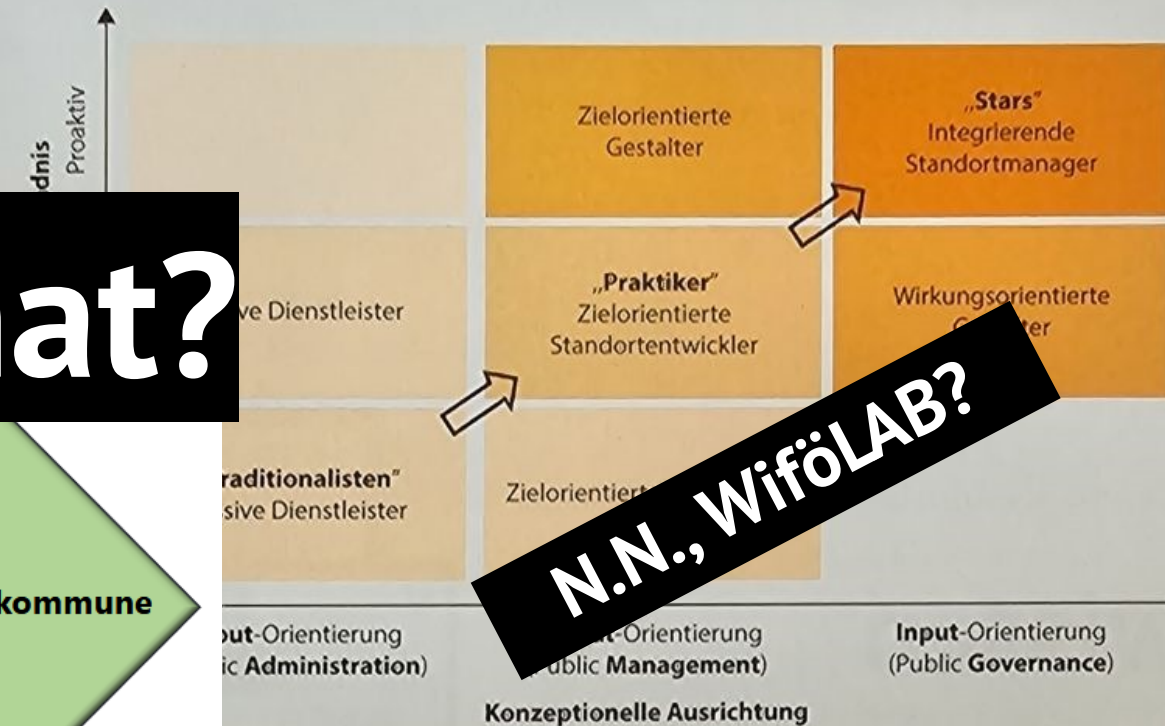
2. WIFÖ: BERATER...

- beraten, netzwerken, kooperieren
- Interkomm. Zusammenarbeit
- Standortwerbung
- Gewerbeflächenvermarktung
- Kommunikation mit Partnern aus Wirtschaft, Verwaltung
- Gründungsberatung
- Bestandspflege
- Technologietransfer

3. WIFÖ: NETZWERK-MANAGER

- moderieren, initiieren, vernetzen, managen
- Leitbild/Profilierung
- neue Kommunikationswege
- Fachkräfteinitiativen
- Regionalentwicklung
- Standortmarketing
- Gewerbeflächenentwicklung
- Kommunikation mit sämtl. Stakeholdern
- Gründerökosystemmanager
- Bestandsentwicklung
- Wissenstransfer (WT)
- Wettbewerbe

Abbildung 2: Typisierungsansatz für die kommunale Wirtschaftsförderung



What?

Christian Scholz
und KGSt, Köln!

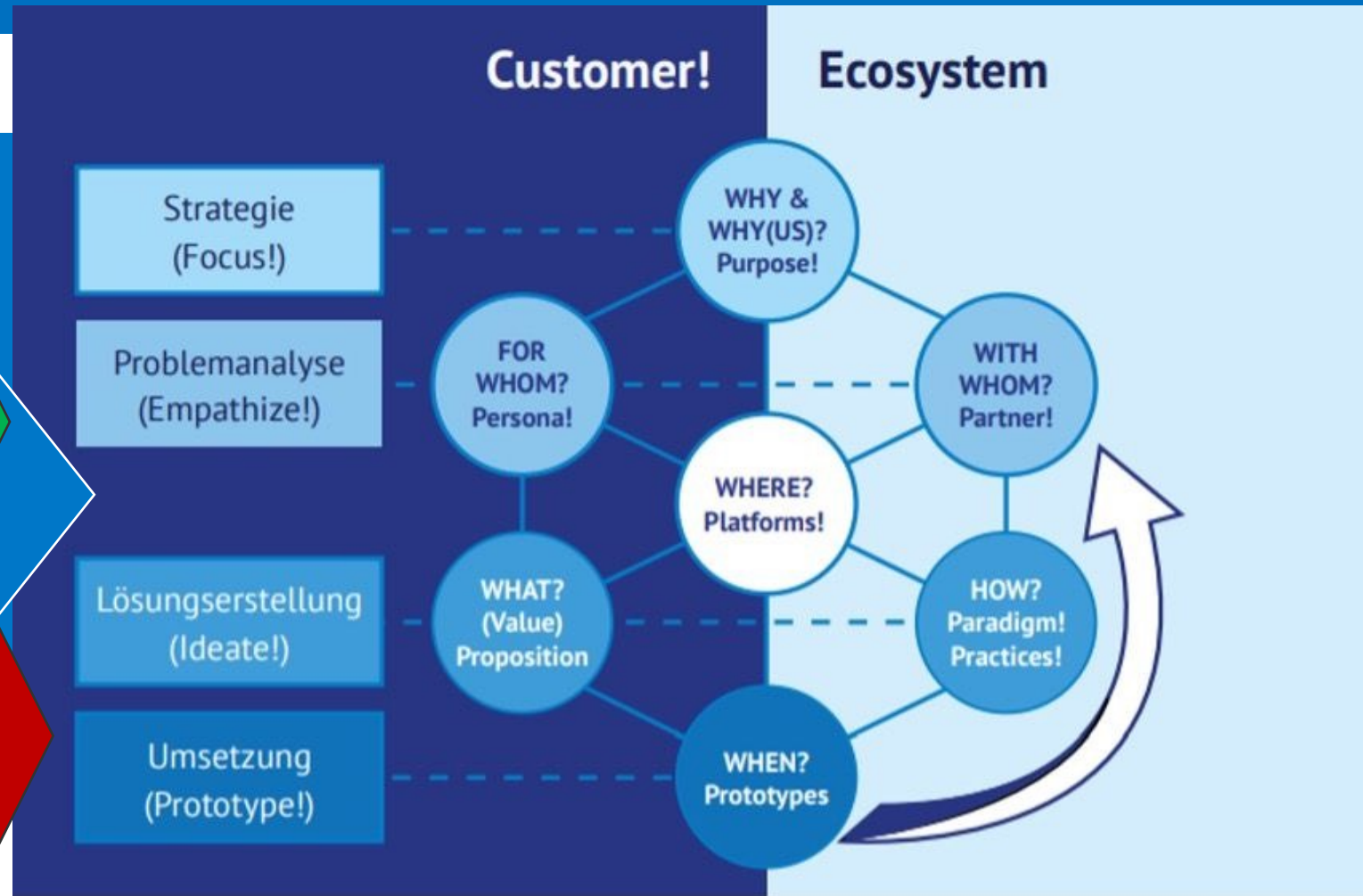
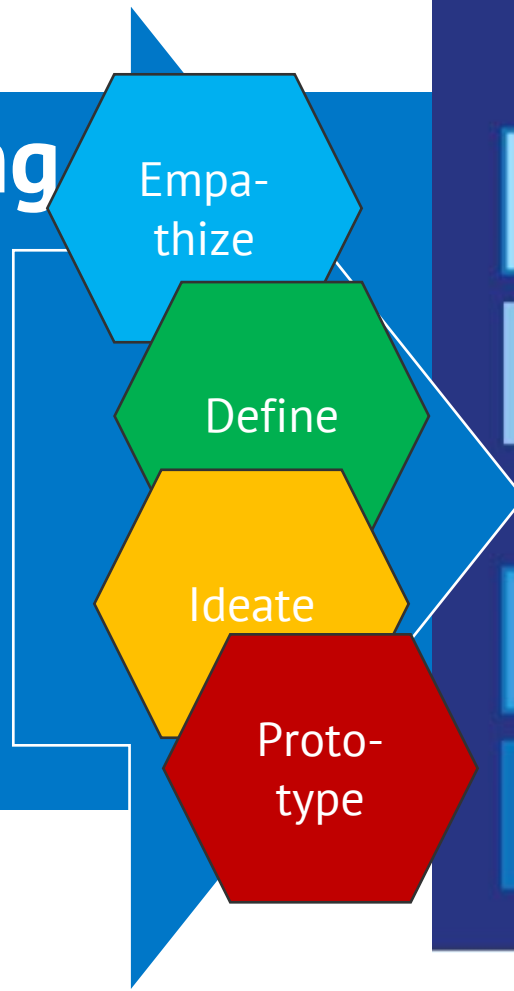
Ordnungskommune

Dienstleistungskommune

Netzwerkkommune

HOW/Transformation: Konkretisierung mit Double Design Thinking

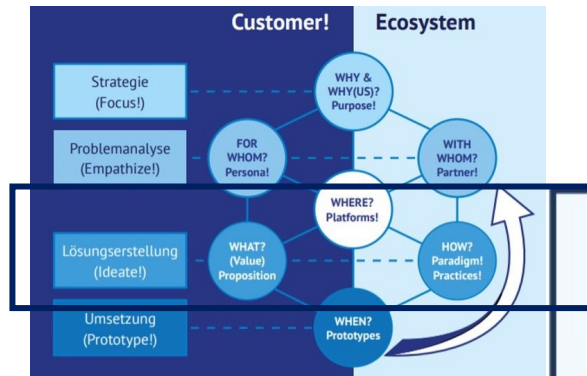
Design Thinking
(Fokus =>
Customer, z.B.
Empathize!)
z.B. Workshop
Rhein. Revier



How?

**Double Design Thinking
(=> Customer & Ecosystem!)**

HOW/Transformation:... z.B. Pains & Gains => Lösungen!

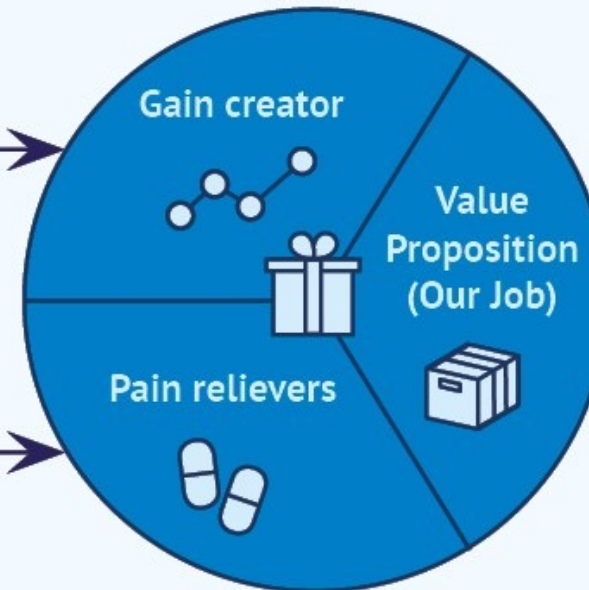


**For whom?
Customer!**

Empathy Map II



Value Proposition



**With whom?
Ecosystem!**

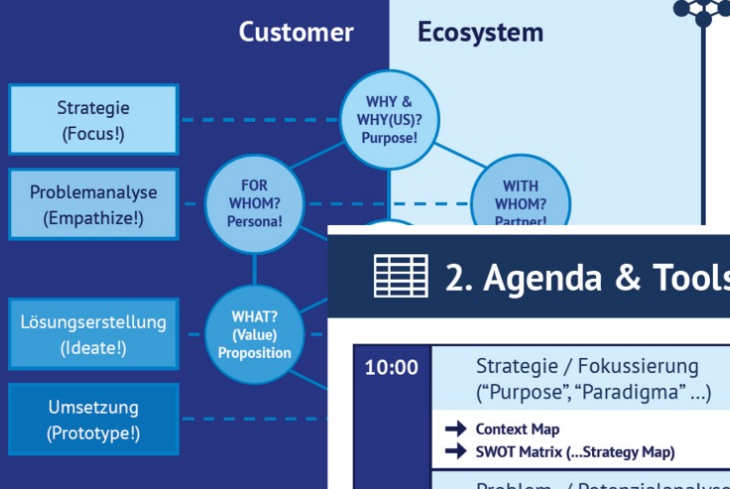
WHAT FOR?

WHAT? HOW?









How?

HOW/Transformation: Double Design Thinking Canvas als Ziel!

1. Customer / Eco Thinking



2. Agenda & Tools

10:00	Strategie / Fokussierung ("Purpose", "Paradigma" ...)	 
	→ Context Map → SWOT Matrix (...Strategy Map)	
	Problem- / Potenzialanalyse ("Persona", "Partner" ...)	 
	→ Stakeholder Map → Empathy Maps	
SNACK	Lösungserstellung ("Practices", "Platforms")	 
	→ Value Proposition Maps, How Might We ... → Customer / Cocreation Journey Maps	
	Umsetzung ("Prototypes", ...)	 
	→ Effort / Effect - Matrix → Prototypes Plan	

Canvas

Customer

Cocreation

Ecosystem

Purpose, Eco Strategy Plan,...

Persona
with
Pains &
Gains

Cocreative
Practices /
Journeys /
Jobs to be
done on

Partner
with
Potentials

Value
Propo-
sition

digital
Platforms

Practices,
... Processes

Prototype Plan

How?

HOW/Transformation: Plattformisierung (für Wifö)

2.5.1 Hypothese 1: Digitalisierung bedingt einen Aufgabenwandel in den Wirtschaftsförderungen

Hypothese 1: Digitalisierung bedingt einen Aufgabenwandel der Wirtschaftsförderungen.

Teilziel 1: Gegenüberstellung der Aufgaben und Leistungen der Wirtschaftsförderungen vor und nach der Digitalisierung bzw. bei digitalisierten Teilleistungen.

Durch die Digitalisierung werden Prozesse in den bisherigen Arbeitsabläufen geändert oder vereinfacht. Neue Aufgaben können hinzukommen, etwa die Bereitstellung weiterer Daten bzw. ist davon auszugehen, dass bisherige Aufgaben entfallen, da sie durch automatisierte Prozesse abgebildet werden. Beispielsweise könnte man an **Unternehmerportale** denken, die die Ausstellung wichtiger Dokumente durch **Self-Service-Technologien** ermöglichen. So könnten Unternehmen selbstständig eine bestimmte automatisierte Dienstleistung in Anspruch nehmen.

2.5.2 Hypothese 2: Serviceleistungen werden durch Online-Angebote unterstützt, neue Kapazitäten zur Erweiterung des Serviceangebots

Mandy Ebers

RESEARCH

Digitalisierung und Wirtschaftsförderung

Aufgabenwandel zwischen Services für die Wirtschaft und innovativem Standortmanagement

How? (digital)

HOW/Transformation: Plattformisierung (für Wifö)

How digital: „Plattformisierung“

„Plattformisieren“ bedeutet nicht, eine Plattform im klassischen Sinne zu realisieren, also kein zweites Amazon, LinkedIn, Teams!

„Plattformisieren“ bedeutet hingegen, wie eine Plattform im klassischen Sinne durch Technologie und aus dem Netzwerk heraus

1. eine verbesserte Effizienz (z.B. Self-Service!),
2. verbesserte Customer Experience und
3. neue Geschäftsmodelle zu ermöglichen.

Oft reicht dafür technisch SIMPEL Portal + CRM!

How?
(digital)

HOW/Transformation: „Lahner / Litz / Stember ...“ als Plattform

WIFÖ: NETZWERK-MANAGEMENT

moderieren, initiieren, vernetzen, managen

- Leitbild/Profilierung
- neue Kommunikationswege
- Fachkräfteinitiativen
- Regionalentwicklung
- Standortmarketing
- Gewerbeflächenentwicklung
- Kommunikation mit sämtl. Stakeholdern
- Gründerökosystemmanager
- Bestandsentwicklung
- Wissenstransfer (WTT)
- Wettbewerbe

3.

„Plattformisierung“ / „Apps“ für Ökosystem / Netzwerke

Content (=> „Wikipedia“)

- Leitbilder (offene Diskussion)
- Regionalmarketing (innen/außen)
- Wissenswertes / Know-how ...
- (Förder-)Initiativen, Wettbewerbe ...
- Aktuelles / News
- ...

Community (=> „LinkedIn“)

- Organisationen (Startups!)/Partner
- Ansprechpartner/Mitglieder
- Competence Cluster/Circle
- Gruppen / Foren / Boards / Chat(Bot)s ...
- ... Male Events, Netzwerk-Treffen

Commerce (=> „Amazon“)

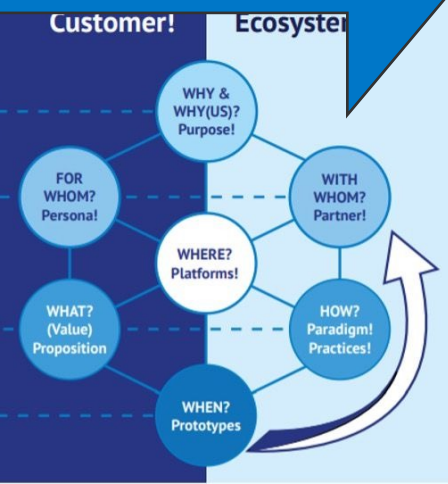
- Branchen-Verzeichnis
- Regionale Job-/Stellenbörsen
- Immobilienbörsen
- Virtuelle Messe
- Ausschreibungen / Anfragen / Leads Gen
- ...

Collaboration (=> „Teams“)

- Virtuelle AGs /Teams
- Mit Verzeichnis Teilne
- Mit Chats, Ablagen, „I
- Mit Terminabstimmung
- Mit Prozess-/Projekt
- ...

Nur illustrativ!

How?
(digital)



HOW/Transformation: ... jetzt Diskussion!

Herausforderungen

Megatrends und „knappe Güter“ oder die „neue Normalität“

Demografische Entwicklung



Digitaler Transformationsprozess

Entwicklungen

Krisendichte und Transformationsbeschleunigung nehmen zu

© KOSI



Beschränkte finanzielle Möglichkeiten

Zeit als knappes Gut

Nachwuchs- und Fachkräftemangel

© KOSI

Christian Scholz

Jetzt wir alle!

For whom?

Customer:

- Unternehmen
- Hochschulen
- **Verwaltung**
- ...

Empathy Map II

Neue Kooperationen

Chance KI

Gains

Customer jobs

Finanzielle Last

Pains

Disruptionen/

fehlende Kompetenzen

Fachkräftemangel

Value Proposition

Virtuelle Innovation Labs

Gain creator

Partner-Börse

Arbeitskreis KI

Value Proposition (Our Job)

Förder-Community!

Regionale Stellenbörse/
Attraktive Arbeitgeber

Wissens-Plattform...

With whom?

Ecosystem:

- Unternehmen
- Hochschulen
- **Verwaltung**

Diskussion How => Now!

HOW/Transformation:... mehr gerne für Visionspapier Wifö!



Entwurf

Markt- und kundenorientierte Digitalisierung der Wirtschaftsförderung

CRM, CXM und Plattformisierung als Chance für Wirtschaftsförderer



Gründer/Startups Neuanstellungen Bestandsunternehmen Öffentlichkeit Politik

schneller cobra erfolgreich

Nr.3 der Serie von Visionspapieren der Initiative zur „Plattformisierung Deutschlands“

3. Neue Markt- und Kundenorientierung, die „Lahner-Treppe“

Die Kontext-Analyse zeigt: Wirtschaftsförderung war nie wichtiger und anspruchsvoller als heute. Prof. Dr. Jörg Lahner hat in einem Interview (s. [Lahner1]) viele positive Beispiele der innovativen Wirtschaftsförderung genannt und Wirtschaftsförderer daher als neue Helden der Krise bezeichnet. Dabei ist Wirtschaftsförderung nicht gleich Wirtschaftsförderung. Damit eine Gesundung der Ökonomie oder sogar ein „Wirtschaftswunder 2.0“ – wie es Politiker wie Thomas Sattelberger fordern – trotz Krisen gelingen kann, reicht ein „Verwalten“ als Handlungsparadigma für die Wirtschaftsförderung nicht mehr aus. Professor Lahner sieht Wirtschaftsförderungen im Wandel – weg vom Verwalter über den Service-Dienstleister hin zum Netzwerk-Partner; s. auch „Lahner-Treppe“ (s. [Lahner2]):

- Wirtschaftsförderer als Verwalter betreuen Gewerbeflächen und Informationen und sehen sich als Behörde. Dieses Paradigma ist immer weniger zeitgemäß.
- Wirtschaftsförderer als Service-Dienstleister: Die moderne kommunale Wirtschaftsförderung ist nach Lahners Vision ein serviceorientierter Akteur der Stadt- oder Regionalentwicklung. Exzellente Services unterstützen Unternehmen, helfen Gründerinnen und Gründern und überzeugen ansiedlungswillige Unternehmen von außerhalb. Service bleibt essenziell – so Lahner.
- Jenseits vom Service wird der Wirtschaftsförderer am Ende regionaler Ökosystemmanager, der auf Basis eines gemeinsamen Leitbildes sich nicht nur an Projekten beteiligt, sondern selber zum Initiator oder Katalysator von Projekten wird, mit dem Ziel, die Stadt oder Region (noch) wettbewerbsfähiger zu machen.

Evolution der Wirtschaftsförderung nach „Lahner-Treppe“



Bild 3: Evolution der „Marktorientierung“ für Wirtschaftsförderer („Lahner-Treppe“, s. [Lahner2])

6. Dritte Digitalisierung bei den Wirtschaftsförderern

Zunächst aber ein kurzer Blick zurück auf die früheren Digitalisierungen:

- Zu Beginn der Digitalisierung wurde Informations- und Kommunikationstechnologie vor allem genutzt, um bisher rein analoge Prozesse zu unterstützen und zum Teil auch zu automatisieren. Hier war Effizienz das wichtigste Ziel, auch z. B. im Bereich „CRM“, von ersten „Adressbüchern“ bis zu modernen Marketing-, Sales- & Service-Lösungen.
- Schon vor der COVID-Pandemie stellte das Internet, insbesondere das Web 2.0 zudem eine Option der Virtualisierung dar, wobei u.a. der Datenschutz hier Grenzen setzt. Mit COVID wurde „Virtualisierung“ z. B. von Events noch bedeutender. Dieser Wandel hat die Wirtschaftsförderung nachhaltig geprägt – auch jenseits der Pandemie.
- Im Rahmen der dritten Digitalisierung geht es weit über Effizienz und Virtualisierung hinaus. Im Rahmen dieses Wandels der Wirtschaftsförderung nach Lahner wird vermehrt auf Dialog und Kollaboration im Ökosystem gesetzt. Damit wird der Weg in Richtung einer umfassenden Logik der Ökosysteme und Plattformen vorbereitet.



Bild 12: Die 3 Wellen der Digitalisierung

Digitalisierung der Wirtschaftsförderung

Periodische Tafel der Wirtschaftsförderungsdienstleistungen

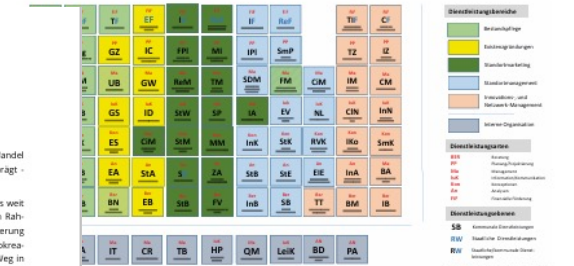


Bild 25: Periodensystem zur Wirtschaftsförderung - Professor Stember, eigener Entwurf 1919

neuen Modell der Wirtschaftsförderungsdienstleistungen existiert (endlich) ein Strukturierungsschema, das die Wirtschaftsförderung eine Einordnung und Weiterentwicklung der eigenen Arbeit ermöglichen.

Ist das Stember'sche Periodensystem der Wirtschaftsförderung ideal geeignet, um das Modell der Digitalisierung herzuleiten und systematisch auf Basis dieses Modells zu verorten? So „verorten“ sich auch die nachfolgenden Handlungsfelder und Lösungskonzepte markt- und kundenorientierte Weiterentwicklung der Wirtschaftsförderung in diesem System.

Jetzt: Mandy Ebers,
Christian Scholz,
Stefan Otziger ...