

# // **Berichterstattung**

29. November 2022

Präsentation Kreisausschuss

## Wirtschaftsförderung



## Existenzgründung

## Regionalmarketing

## Auszug aus dem ICU-Gesellschaftsvertrag § 2

Der Gegenstand des Unternehmens ist die allgemeine regionale oder auch projektbezogene Wirtschaftsförderung im Landkreis Uckermark. Insbesondere zählt dazu die Förderung der Neuansiedlung von Unternehmen, die Gewinnung von Investoren, die Betreuung von Geschäftsstellen zur Wirtschaftsförderung sowie der Ausbau der Dachmarke Uckermark.

Das Unternehmen ist auch:

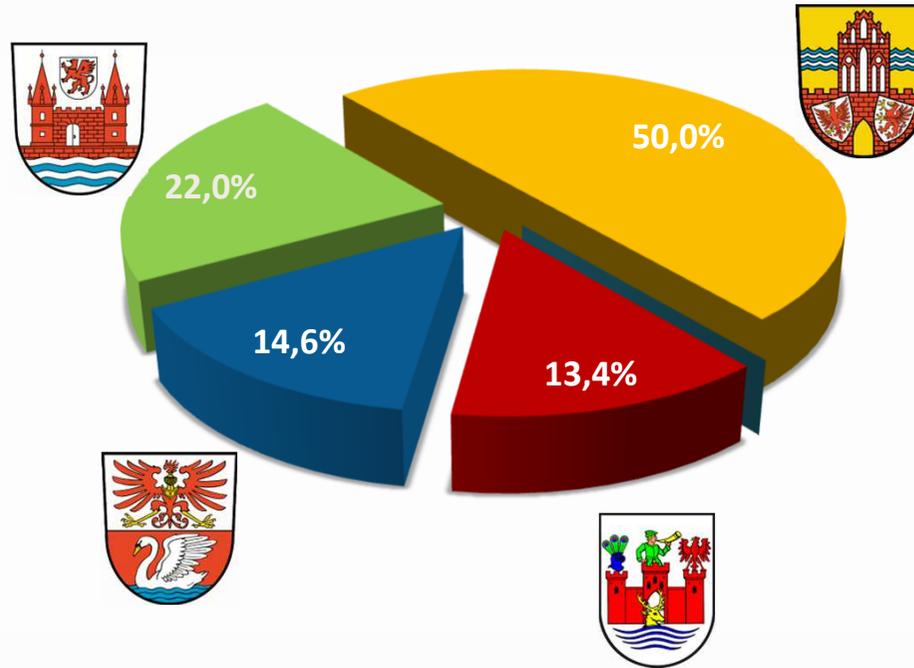
- Gründer- und Informationszentrum
- Zentrum für Technologietransfer
- Innovatives Gewerbezentrum sowie
- Stätte der Schulung, Fortbildung des Informationsaustausches für Existenzgründer und Unternehmer.

# ICU Investor Center Uckermark GmbH



## Gesellschafteranteile an der ICU GmbH

- Stadt Angermünde
- Stadt Prenzlau
- Stadt Schwedt/ Oder
- Landkreis Uckermark



## Ansprechpartner

- Anet Hoppe: Geschäftsführerin
- Raik Maiwald: Prokurist, Wirtschaftsförderung (16 h)
- Katrin Mundzeck: Sekretariat, Vermietung Gewerberäume (40 h)
- Anja Voparil: Regionalmarken-Management (30 h)
- Aleksander Buwelski: Wirtschaftsförderung, Ansprechpartner dt.-pol. Zusammenarbeit (40h)
- Kamila Sedzimir: Projektmanagerin Wirtschaftsförderung, dt.-pol. Projekte (20 h)

## Projektmitarbeiter

- Sascha Lademann: Projektleiter Industriemanagement
- Oliver Bathe: Industriemanagement
- Christine Noll: Weiterbildungsverbund Qualifizierungsnetz Brandenburg

# Rückblick & Aktuelles

- Geschäftsbesorgung ab dem 1. März 2022 durch die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH
- befristet bis 31. Dezember 2022
- März: Überblick der Inhalte und Aufgaben, Termine, Umsetzung der geplanten Projekte und Maßnahmen
- ab April: Prozess zur zukünftigen Ausgestaltung des ICU
- September: erste Abstimmung mit den Wirtschaftsförderern der Kommunen
- ab Oktober: Abstimmung mit weiteren Partnern (IHK, WFBB)
- 12.12.: Beschluss Wirtschaftsplan 2023 ff

## Beratungen von Investoren, Existenzgründung und Unternehmen

Zeitraum	Anfragen/ Projektbeglei- tungen	Erfolgreiche Beratungen	davon in der Vermittl- ung	ohne Vermittl- ung abgeschl- ossen	Anfragen WFBB
<b>2016</b>	73 (4 aus 2015)	6	29	38	5
<b>2017</b>	90 (5 aus 2016)	1	42	47	10
<b>2018</b>	74 (9 aus 2017)	5	30	39	14
<b>2019</b>	63 (3 aus 2018)	3	35	25	9
<b>2020</b>	51 (2 aus 2019)	4	25	22	7
<b>2021</b>	68 (1 aus 2020)	6	56	6	16
<b>2022</b>	<b>66 (3 aus 2021)</b>	<b>6</b>	<b>50</b>	<b>4</b>	<b>13</b>

### Schwerpunkte 2022 (2021):

- **20** Industrie/Produktion/Logistik (24)
- **6** Handel/Dienstleistung (18)
- **8** Tourismus (9)
- **3** Landwirtschaft (2)
- **4** Handwerk (6)
- **4** Energie (2)
- **17** Sonstige (7)

## Präsentationen & ausgewählte Termine

- 17.6.: Lange Nacht der Erneuerbaren Energien, Prenzlau
- 20.06.: Markenpartner-Treffen, Angermünde
- 02.-04.09.: SAM & Inkontakt, Schwedt
- 08.09.: 4. Ostdeutscher Unternehmertag, Potsdam
- 06.9.: Markenpartner-Date
- 06.9.: 3. deutsch-polnische Energiekonferenz in Schwedt/Oder
- 14.09.: Investorenkonferenz Danzig/Posen
- 20./21.09.: Baltic Economic Congress, Stettin

## Vorstellung der geschäftlichen Entwicklung der ICU GmbH

### Marketing-Aktivitäten 2022

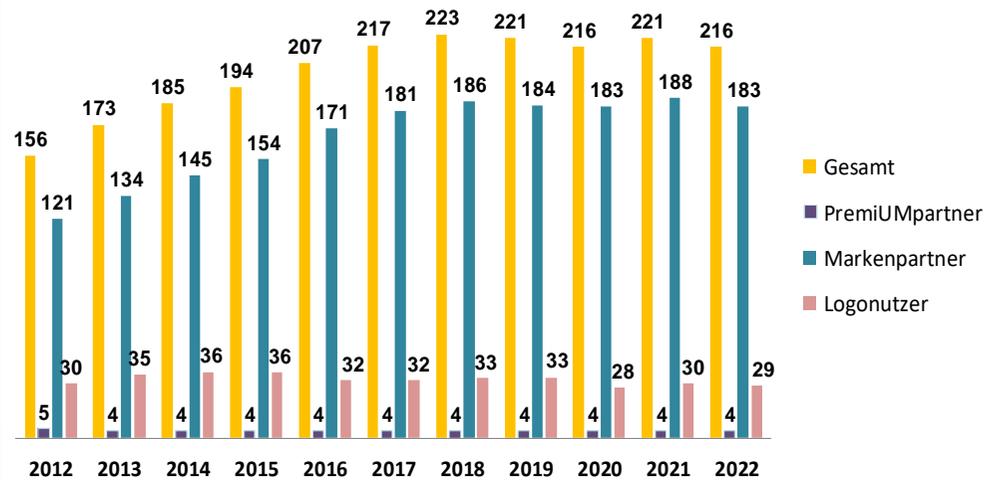
- Anzeigenreihe (Presseartikel) in „Świat Biznesu“ – „Welt der Wirtschaft“ - Wirtschaftszeitung in Szczecin, verbreitet unter Unternehmern, große und zielgerichtete Reichweite
- Stärkung der Nutzung und Aktualisierung der NEWS-Meldung auf der Internetseite
- Aktualisierung der Großformat-Fassadenwerbung in Stettin



# Regionalmarke Uckermark

# Regionalmarken-Management

Markenpartnerentwicklung der letzten 10 Jahre



Aktueller Stand Markenpartnerverträge  
Regionalmarke Uckermark  
per 26.09.2022:

Eigenbetriebe	21
Logonutzer	31
Premiumpartner	4
Markenpartner	153

Verträge gesamt 209

Zusammenfassung	2022	2023
PremiUMpartner	4	4
Markenpartner	159	150
Nationale Naturlandschaften	3	3
Markenpartner mit Eigenbetriebseigenschaft	21	21
Logonutzer	29	31
	216	209

#### Kündigung zum 31.12.2022

Gipsbäuchlein (Umwandlung zu Logonutzer)

DWS

Haus Lichtenhain (Umwandlung zu Logonutzer)

Uckermärkischer Bauernhof - Mittelstädt

Schulz & Schulz Autohaus (Kündigung zum 31.12.22)

Ahorn Seehotel (Kündigung zum 31.12.22)

Journalist Matthias Bruck (Kündigung zum 31.12.22)

Sternkiker Pflasterbau (Kündigung zum 31.12.22 - Betriebsauflösung)

PlusPunkt Apotheke (Kündigung zum 31.12.22 -Kosten Sparmaßnahme)

#### Laufende Akquise Gespräche:

- Pferdehof Jakobshagen
- Hutmanufaktur
- World Move Grafikagentur
- Haus mit Zukunft Angermünde
- SG Storkow Sportverein
- Gödecke + Gut Grafikagentur
- Wilde Grillerei
- UBV Uckermärkischer Bildungsverbund

# Regionalmarken-Management

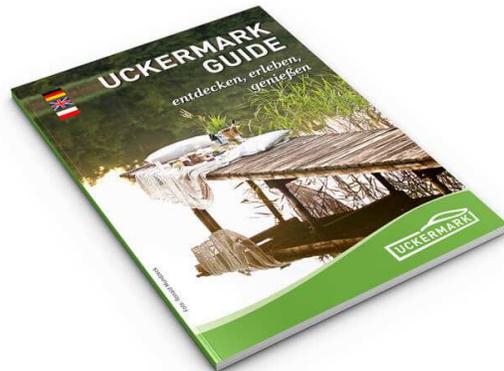
## Uckermark-Guide

Print: Auflage 15.000

Erhältlich: Tourist-Infos, Gaststätten, Hotels,  
Kultureinrichtungen, Messen &  
andere Veranstaltungen

Zielgruppe: Besucher & Einwohner

Inhalte: Partnerportraits und -anzeigen  
Regional einkaufen  
Gaststätten & Cafés  
Sehenswürdigkeiten, Freizeit, Kultur  
Unterkünfte  
Touristinformationen  
Gesundheit



# Regionalmarken-Management Newsletter



Print: Auflage 151.000  
Beilage Oder-Center Zeitung  
Märkischer Markt / Lokalfuchs

E-Mail: Abonnenten & Markenpartner: ca. 500  
Empfänger

Online: <https://regionalmarke-uckermark.de/regionalmarke#newsletter>

Termine: 1. Mittwoch / Samstag des Monats

# Regionalmarken-Management

## Social Media



@Regionalmarke.UCKERMARK

aktive Pflege der Accounts  
mehr Interaktion



@regionalmarke\_uckermark

mehr Beiträge  
Vorstellung der Partner  
Sichtbarkeit

Wirtschaftsförderung für den Landkreis Uckermark

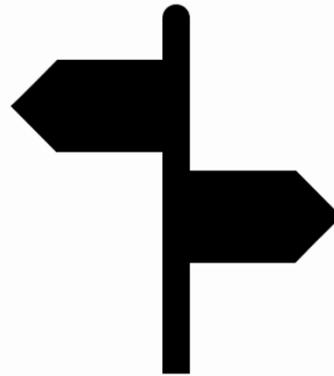
# >> RELOADED

Wir wollen uns gemeinsam auf den Weg machen die Strukturen zu überarbeiten, mehr Geschwindigkeit, Fehlertoleranz, Professionalität und für noch mehr Begeisterung für unsere Uckermark sorgen.

# Inhalt

- Anlass
- (neue) Handlungsfelder
- Entwurf

# Die Entwicklungen der vergangenen Jahre scheinen zu stagnieren?!



... bzw. müssen neu gedacht werden?!

Die besonders ländlich geprägte, eher strukturschwache und kleinteilige Region hat wie viele andere Regionen mit äußeren Bedingungen und aktuellen Entwicklungen umzugehen.



# Welche Art von Wirtschaft und Entwicklung soll bzw. kann gefördert werden?



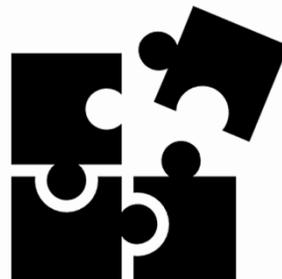
Bzw. welche Ansiedlungen „passen“ zur Region und zu den Bestandsunternehmungen?

# Welche gezielten Aktivitäten müssen zur Sicherung, Weiterentwicklung und für Neuansiedlungen unternommen werden?



Fachkräftemonitoring - Gewerbegebiets- und Entwicklungsräumenanalyse -  
Unternehmens-Gespräche – angepasste Management- und Arbeitsstrukturen

## **Welche Aufgabe(n) soll die Wirtschaftsförderung auf Landkreisebene ausfüllen?**



Abgestimmte Abgrenzung und Aufgabenteilung zu den Wirtschaftsförderern in den Kommunen und weiteren Institutionen.

# Neue und angepasste Aufgabenfelder

(erste Ideensammlung)

- Standortmarketing (Wirtschaftsstandort Uckermark)
- Begleitung des Transformationsprozesses für die Gesamtregion Uckermark
- Regionalmarke Uckermark – von der Herkunftsmarke zur Dachmarke
- Synergien mit Polen

# Vielen Dank!

**Anet Hoppe**  
Geschäftsführerin

**ICU Investor Center Uckermark GmbH**  
Berliner Straße 52e, 16303 Schwedt/Oder  
Tel.: +49 (0)3332 53890  
[info@ic-uckermark.de](mailto:info@ic-uckermark.de)  
[www.ic-uckermark.de](http://www.ic-uckermark.de)