

Schriftliche Kleine Anfrage

des Abgeordneten Wolfgang Marx (SPD) vom 31.07.07

und Antwort des Senats

Betr.: Gutachten, Untersuchungen und Beraterverträge – Nachfrage (6)
Hier: Auftrag „Talentstadt Hamburg“

In seiner Antwort auf die Schriftliche Kleine Anfrage in Drs. 18/6629 erwähnt der Senat den Auftrag „Talentstadt Hamburg“ mit einem Volumen von 239.400 Euro.

Vor diesem Hintergrund frage ich den Senat:

1. *An wen wurden, wann, welche Leistungen, in welchem Wert, in welchem Zusammenhang mit dem erwähnten Auftrag vergeben?*

Roland Berger Strategy Consultants, März 2007, Entwicklung Talentstrategie für die Metropole Hamburg, 167.647,06 Euro exklusive Mehrwertsteuer.

Roland Berger Strategy Consultants, April 2007, Ausweitung der Marktforschung im Rahmen des Projekts Talentstadt, 33.529,41 Euro exklusive Mehrwertsteuer.

2. *Warum wurde als Vergabeart die beschränkte Ausschreibung und trotz des Vergabevolumens nicht die öffentliche beziehungsweise EU-weite Ausschreibung gewählt?*

Bis zu einem Auftragswert von 211.000 Euro exklusive Mehrwertsteuer ist eine EU-weite Ausschreibung nicht vorgeschrieben. Dieser Auftragswert wurde nicht erreicht. Eine öffentliche Ausschreibung war nicht zu veranlassen, da es sich um einen Beratungsauftrag handelte, für den die Beschaffungsordnung eine förmliche freihändige Vergabe ermöglicht, sofern mindestens drei Anbieter aufgefordert werden; dies war der Fall.

3. *Wie viele Anbieter wurden im Rahmen der beschränkten Ausschreibung aufgefordert und wie viele haben ein Angebot abgegeben?*

Sechs Anbieter wurden zur Abgabe eines Angebots aufgefordert, vier davon reichten ein Angebot ein.

4. *Kannten sich der zuständige Berater der Unternehmensberatung (Herr Dr. Bloching) und der Präses der vergebenden Behörde (Senator Dräger) schon vor der Vergabe des Auftrags aus anderen Zusammenhängen? Wenn ja, aus welchen Zusammenhängen?*

Prof. Bloching und der amtierende Präses der Behörde für Wissenschaft und Forschung haben sich etwa im Jahr 2000 bei Gesprächen zu den Chancen der Internationalisierung des Bachelor-Master-Systems kennengelernt.

5. *Gab es nach der Auftragsvergabe Erweiterungen des Auftrags? Wenn ja, warum waren diese notwendig und nicht vor Auftragsvergabe vorhersehbar?*

Im Projektverlauf stellte sich heraus, dass eine die Zielgruppen genauer und umfassender abbildende Marktforschung die Präzision der Analyse deutlich verbessern würde.

6. *Was war*
- a. *der Untersuchungsbereich,*
 - b. *die Problemdarstellung,*
 - c. *das Ziel des Auftrages,*
 - d. *jeweils die gewonnene Erkenntnis?*

Um im europäischen Wettbewerb der Metropolen seine Position weiter zu verbessern und das heutige Wachstum auszubauen, hat der Senat entschieden, die Strategie „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“ durch eine gezielte Talentstrategie zu erweitern. Die Strategie soll die bisherige Senatspolitik zur Entwicklung eigener Talente ergänzen.

Der Ausarbeitung dieser Talentstrategie diente das Projekt Talentstadt. Die wesentlichen Punkte des Beratungsauftrags waren:

1. International bekannte kreative Metropolen sollten als Referenzregionen herangezogen und qualitativ danach bewertet werden, von welchen Erfolgsfaktoren, die auch für Hamburg interessant sein könnten, diese Metropolen profitieren.

2. Damit sollte geklärt werden, inwieweit die Metropolstrategien amerikanischer Metropolen, die auf die Förderung der sogenannten Creative Class abzielen, auch auf Hamburg übertragbar sind.

3. Für Hamburg sollte sodann

- ermittelt werden, von welchen Talentgruppen die Entwicklung der Stadt und Metropolregion in besonderer Weise profitieren würde und wie diese Talentgruppen gewonnen beziehungsweise gehalten werden könnten;
- die Bedürfnisse identifiziert werden, die die für Hamburg relevanten Talentgruppen ihren Standortentscheidungen zugrunde legen;
- identifiziert werden, welche „harten“ und „weichen“ Standortfaktoren zur Gewinnung internationaler Spitzenkräfte erforderlich sind;
- ein Handlungskonzept erstellt werden, das darlegt, wie Hamburg die entsprechenden Talente gewinnen und halten kann.

Die vorgelegten Empfehlungen umfassen über 40 Maßnahmen, die von Vorschlägen zur Strukturverbesserungen im Bereich Technologie über Förderung von kreativen Räumen bis hin zu Marketingmaßnahmen reichen. Sie leiten sich aus einer umfangreichen Analyse ab, die unter anderem enthielt:

- Analyse der wirtschaftlichen, technologischen und kulturellen Struktur sowie der Talentstrategien von sechs Metropolen in Europa;
- Vergleich der Strukturen dieser Metropolen mit Hamburg, um die Übertragbarkeit der dortigen Talentstrategien auf Hamburg zu prüfen;
- Workshops mit Experten aus der Hamburger Verwaltung, Technologieförderungseinrichtungen, den Hamburger Clustern und kreativer Branchen zur Analyse der Situation in Hamburg und Diskussion möglicher Maßnahmen;
- Qualitative Interviews mit Künstlern aus dem gesamten Bundesgebiet zu kreativen Milieus, Standortwahlfaktoren von Künstlern und der Stellung Hamburgs als Metropole für Künstler;

- Abschätzung des Talentbedarfs der Metropolregion Hamburg nach Fachrichtungen,
- Analyse von 18 Regionen in- und außerhalb Europas hinsichtlich ihres Potenzials an Talenten und der Anreize dieser Talente, nach Hamburg zu kommen;
- Befragung von 2.700 Talenten in Deutschland, Polen, Russland und China nach ihren Werten und den für ihre Arbeitsortwahl entscheidenden Standortfaktoren sowie ihrer Wahrnehmung der Metropole Hamburg. Die Ergebnisse wurden mit den Werteprofilen von 180.000 Befragten gespiegelt;
- Segmentierung der Talente in 16 Gruppen mit jeweils ähnlichen Werteprofilen;
- Identifizierung der für Hamburg besonders interessanten Talentgruppen;
- Identifizierung der für eine Anwerbung dieser Talente entscheidenden Standortfaktoren.

Daraus wurden strategische Ziele der Stadt hinsichtlich der Gewinnung und des Halten von Talenten abgeleitet, zu deren Verfolgung schließlich die Handlungsempfehlungen entwickelt wurden.

Die Empfehlungen von Roland Berger werden derzeit behördenübergreifend evaluiert und in ein Handlungskonzept überführt. Für eine Kurzzusammenfassung der Projektergebnisse wird auf die anliegende Presseinformation vom 19. Juli 2007 verwiesen.

7. Beinhaltet das Projekt „Talentstadt Hamburg“ Folgeaufträge?

Externe Aufträge sind derzeit nicht geplant.



Pressestelle des Senats

19. Juli 2007/bwf19

Talentstadt Hamburg nimmt Gestalt an

Wachsende Stadt

Hamburgs Erster Bürgermeister Ole von Beust und Wissenschaftssenator Jörg Dräger haben heute im Rathaus die nächsten Schritte zur Umsetzung der Strategie „Talentstadt Hamburg“ vorgestellt.

Um seine Position im internationalen Wettbewerb auszubauen, erweitert Hamburg die erfolgreiche Strategie „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“ mit zwei Konzepten: Mit dem Projekt „Lebenswerte Stadt“ wird die Attraktivität der Stadt im Inneren gestärkt. Darüber hinaus hat der Senat eine spezielle Talentstrategie entwickelt. „Neben der reinen Ansiedlungspolitik für Unternehmen wollen wir uns jetzt verstärkt darum bemühen, heimische Talente zu entwickeln und Gründer und kreative Köpfe aus dem In- und Ausland nach Hamburg zu locken“, sagte von Beust. „Dabei kommt es darauf an, die Stärken Hamburgs als kreative Metropole besser zu präsentieren. Aber wir müssen uns auch im Bereich der Technologie weiter entwickeln – nur so können wir uns mit den erfolgreichsten Metropolen Europas messen“, so von Beust.

Um Vorschläge für eine solche Talentstrategie zu machen, hatte der Senat eine Unternehmensberatung beauftragt, die Metropol- und Talentstrategien von sechs europäischen Städten zu vergleichen. In Deutschland, Polen, Russland und China wurden außerdem 2700 Studierende und junge Berufstätige danach befragt, worauf sie bei der Standortwahl besonderen Wert legten. Für Hamburg wurden die Talentbedarfe sowie die attraktiven Talentgruppen erhoben sowie deren Erreichbarkeit untersucht.

Die Studie von Roland Berger Strategy Consultants kommt zu dem Ergebnis, dass die Hansestadt bereits heute als tolerant und kreativ wahrgenommen wird, ihre Stärken jedoch vor allem international noch zu wenig bekannt sind. Auch die für eine Entwicklung und Anziehung von Talenten so wichtige Technologiebasis muss noch verbessert werden. Ausgehend von dieser Bestandsaufnahme werden jetzt weitere Komponenten einer Talentstrategie ausgearbeitet und dann umgesetzt.

Beispiele für Maßnahmen sind:

- **Raum für Kreativität** – Potenzialträchtige, junge Kreativ-Viertel werden identifiziert. In diesen Gebieten werden spezielle Freiräume für kreative Aktivitäten geschaffen, etwa durch Bereitstel-

lung von Räumlichkeiten, Baulücken und öffentlichem Raum. Stadtteilaktivitäten sowie künstlerische Aktivitäten im Viertel werden mit der Szene angemessenen Maßnahmen vermarktet.

- **„Zentren der Off-Kultur“** – So wie die Elbphilharmonie Symbol für die Hochkultur ist, werden gezielt Projekte der Off-Kultur mit Außenwirkung gestärkt und als besondere Facette der Stadt vermarktet, etwa Kampnagel, das Phoenixgelände, die Gaußstraße.
- **Beschleuniger für Hochtechnologie-Cluster** – Eine nachhaltige Forschungs- und Entwicklungsstrategie wird erarbeitet. Auf dieser Basis wird ein Cluster mit kurzem Innovationszyklus (IT, Life Science, Nanotechnologie oder ggf. nachhaltige Technologien) ausgewählt. Es wird dann gezielt ausgebaut, unter anderem durch Maßnahmen für Gründer, Aufbau von Infrastruktur (z.B. Technologiepark) in Nähe zu Forschungseinrichtungen, Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Universität bei Veranstaltungen, Lehrplänen, Gewinnung von jungen sowie renommierten Forschern.
- **Bühne frei für Cluster Luftfahrt** – gezielte Vermarktung der technologischen Exzellenz im Cluster Luftfahrt, um Hamburg unter Talenten als Innovationsstandort noch bekannter zu machen.
- **Technologiekompass für Schüler** - Schüler werden frühzeitig durch Informationsveranstaltungen und Vor-Ort-Besuche an technische Berufe und Studiengänge herangeführt. Zu diesem Zweck werden Maßnahmen wie „Girls Day“ und „Technologie macht Schule“ ausgebaut.
- **Talent-Olympiade** - Vorabiturklassen werden auf ein Festival eingeladen. Sie erwartet ein Programm mit Wettbewerben und Rahmenprogramm, insbesondere zum Kennenlernen der Hamburger Bildungslandschaft. Bachelor-Studierende aus technischen und kreativen Fachrichtungen aus ganz Europa treten jährlich in wissenschaftlichen bzw. kreativen Team-Disziplinen gegeneinander an und erhalten attraktive Preise, Praktikums- und Studienangebote. Bestehende Wettbewerbe der EU oder des Bundesministeriums für Bildung und Forschung sollen nach Hamburg geholt werden.
- **Zielgruppenmaster für Hamburg** – Ausbau des Angebots an qualitativ sehr hochwertigen Masterstudiengängen, die auf die Talentzielgruppen abgestimmt sind. In die Ausgestaltung der Master-Inhalte sollen die Hamburger Cluster eingebunden werden.

Für Rückfragen:

Heike Koll

Pressestelle der Behörde für Wissenschaft und Forschung,

Tel.040/428 63-2322, Fax 040/428 63-3722

E-Mail: pressestelle@bwf.hamburg.de

19. Juli 2007/bwf19-anlage

Anlage zur Pressemeldung

Talentstadt Hamburg nimmt Gestalt an

Im Frühjahr hatte der Senat beschlossen, mit dem Projekt Talentstadt die Entwicklungsstrategie der Stadt verstärkt darauf auszurichten, ideenreiche, talentierte und kreative Menschen an Hamburg zu binden.

Das Leitbild „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“, das der Senat seit 2001 verfolgt, hat in Hamburg eine sichtbare Aufbruchsstimmung bewirkt. Im nationalen Vergleich wächst Hamburg bereits heute überproportional, ist wirtschaftlich gut aufgestellt und auch für viele Talentgruppen attraktiv. Hier zeigt sich auch der Erfolg einer konsequenten Clusterpolitik.

Neben der Stärkung des Leitbildes durch die „Lebenswerte Stadt“ hat der Senat bereits in den vergangenen Jahren wichtige und grundlegende Strukturreformen im Bildungsbereich zur Entwicklung eigener Talente eingeleitet. Hierzu zählen beispielsweise die verbesserte Sprachförderung von Kindern mit Migrationshintergrund im Vorschulalter, die Anhebung des Leistungsniveaus der Schulabgänger, die damit ihre Ausbildungschancen steigern und die Hochschulreform, die die Arbeitsmarktchancen der jungen Akademiker erhöht. Um im europäischen Wettbewerb der Metropolen seine Position weiter zu verbessern und das heutige Wachstum auszubauen, wird Hamburg jetzt die Strategie „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“ durch eine gezielte Talentstrategie erweitern.

Im Rahmen des Projekts Talentstadt hat die beauftragte Unternehmensberatung Roland Berger Strategy Consultants in den letzten Monaten die Metropol- und Talentstrategien von sechs europäischen Metropolen (Kopenhagen, Amsterdam, Barcelona, Dublin, Wien, Berlin) analysiert, mit deren Cluster-Ansätzen abgeglichen, 2.700 Talente (Studierende und junge Berufstätige) in Deutschland, Polen, Russland und China nach ihren Standortwerten und –präferenzen befragt, die Talentbedarfe und attraktive Talentgruppen für Hamburg erhoben, deren Erreichbarkeit untersucht und daraus strategische Empfehlungen sowie mögliche Maßnahmen abgeleitet.

Im Ergebnis wird Hamburg bereits heute als eine tolerante, kreative und urbane Stadt wahrgenommen – auch wenn diese Stärken insbesondere international noch zu wenig bekannt sind. Es zeigt sich jedoch, dass eine starke Technologiebasis von großer Bedeutung auch für die Talententwicklung und -gewinnung einer Metropole ist – hier besteht in Hamburg noch Verbesserungspotenzial.

Roland Berger schätzt den zusätzlichen Bedarf an der „Creative Class“ (Akademiker und nicht-akademisch ausgebildete Kreative) für die Metropolregion Hamburg aufgrund von Pensionierung, Wirtschaftswachstum und Strukturveränderung bis 2012 auf ca. 30.000 bis 50.000. Berücksichtigt man die ständige Fluktuation der hier schon Arbeitenden steigt diese Zahl auf ca. 70.000 bis 100.000.

Eine Talentstrategie ist in Hamburg laut der Empfehlung sinnvoll. Der Creative Class Ansatz aus den USA ist jedoch nur teilweise auf die Metropole Hamburg übertragbar. Marktforschung und Metropolenvergleich haben gezeigt, dass hier

- eine stärkere Verbindung zwischen der Cluster- und Talentstrategie nötig ist,
- Standortfaktoren wie die „Grüne Stadt am Wasser mit Freizeitmöglichkeiten“ sowie „Wirtschaftliche Dynamik“ für viele Talente von entscheidender Bedeutung sind,
- Technologie und Innovation zur Talentgewinnung genauso relevant sind wie Toleranz und Kreative Vielfalt.

Deswegen ist eine Talentstrategie für Hamburg viel mehr als nur Vermarktung. Dafür muss Hamburg

1. sich auch strukturell weiterentwickeln und stärken,
2. Talente gezielt ansprechen und entwickeln,
3. erweiterte Marketingbotschaften schaffen und kommunizieren, sowie
4. die Talentstrategie übergreifend und professionell umsetzen.

1. Strukturelle Stärkung der Stadt

Erhalt der Stärken: Talente lieben an Hamburg das Flair der grünen Stadt am Wasser mit ihrer besonderen kreativen Atmosphäre der Szene-Viertel. Diese erhält sich aber nicht von selbst. Politik und Verwaltung müssen deswegen bei der Stadtentwicklung stärker für Freiräume von kreativer Vielfalt und Off-Kultur sensibilisiert werden. Neue Kreativ-Viertel wie heute Ottensen oder die Schanze sollen sich entwickeln können und gefördert werden.

Strukturelle Stärkung: Talente suchen Metropolen mit mehr wirtschaftlicher Dynamik, Gründergeist und Qualität von Bildung und Wissenschaft als Hamburg es heute bietet. Hierzu muss Hamburg

- die forschungsstarken Cluster mit kurzen Innovationszyklen (Life Sciences, Nanotechnologie, IT und ggf. nachhaltige Technologie) strukturell stärken – und eines davon systematisch zu einem Innovationsführer in Europa ausbauen,
- die Gründungsmotivation im Hochtechnologiebereich fördern und
- die etablierten Cluster Luftfahrt und Logistik durch eine höhere F&E-Intensität absichern.

Als Voraussetzung wird Hamburg eine Wirtschaft und Wissenschaft umfassende F&E-Strategie erstellen.

Weiterentwicklung von Kreativwirtschaft: Kreative Talente haben eine große Affinität zu Hamburg. Die Konkurrenz der Metropolen um kreative Firmen und Talente ist jedoch sehr hoch. Deswegen wird Hamburg die Branchen IT, Medien und andere Bereiche der Kreativwirtschaft (z.B. Design, bildende Kunst oder Musik) im Rahmen des Cluster-Ansatzes stärken sowie deren Katalysatorwirkung für die anderen Cluster ausbauen.

2. Gezielte Talentansprache und -entwicklung

Hamburgs größter Handlungsbedarf für Talententwicklung und -gewinnung liegt bei den technischen und gründungsfreudigen Talenten. Bereits unter Schülerinnen und Schülern der Metropolregion muss daher das Interesse an technischen Berufen und Studiengängen systematisch geweckt werden.

Darüber hinaus wird sich Hamburg überregional bei Schülern und jungen Studierenden als attraktiver Studienstandort positionieren, um diese frühzeitig an die Metropolregion zu binden. Dazu gehört auch der Ausbau des interdisziplinären Lernens mit Blick auf Gründermotivation und Unternehmensführung sowie der hochqualitativen, zielgruppengerechten Masterstudiengänge.

Technische Talentgruppen mit Arbeitsplatzwunsch in Unternehmen der etablierten Cluster Hamburgs, Luftfahrt und Logistik werden weiterhin gezielt angesprochen und für Hamburg gewonnen.

3. Entwicklung und Kommunikation gezielter Marketingbotschaften

Vermarktung bestehender Stärken: Zur Talentgewinnung muss Hamburg einige seiner Stärken der Zielgruppe entsprechend einsetzen. Als ressortübergreifende Strategie bedarf es einer koordinierten zentralen Marketingplanung. Dazu gehört beispielsweise auch die Nutzung anderer „Bilderwelten“, die den hohen Freizeitwert der Stadt sowie die pulsierenden Szenen zeigen. Im Rahmen der Strategie müssen jüngere Zielgruppen angesprochen werden, um die internationale Bekanntheit Hamburgs bei mobilen Talenten zu erhöhen.

Vermarktung neuer Stärken: Um seine Attraktivität für die relevanten Talentgruppen zu erhöhen, muss Hamburg sich stärker als innovativer Technologiestandort positionieren. Hierzu wird Hamburg das erfolgreiche Cluster Luftfahrt gezielt nutzen, um seine technologische Kompetenz mehr in das Bewusstsein mobiler Talentgruppen zu bringen. Zusätzlich sollen dann auch die neuen Stärken im Bereich der Hochtechnologie für die Außendarstellung genutzt werden.

4. Professionelle Umsetzung

Eine Talentstrategie ist nur so gut wie ihre Umsetzung. Hamburg wird dafür Sorge tragen, dass die organisatorischen Voraussetzungen geschaffen werden, um

- eine umfassende, clusterorientierte F&E-Strategie zu entwickeln,
- die Talentmarketing-Strategie mit den anderen Marketing-Aktivitäten der FHH abzustimmen sowie der Direktansprache von Talenten in den Clustern zu koordinieren und
- Talentstrategie und operative Umsetzung im Hamburg Welcome Center abzustimmen.

Neben den für die Cluster verantwortlichen Fachbehörden liegen hier auch zusätzliche Aufgaben für die neue „Zukunftsbehörde“.

Die Empfehlungen von Roland Berger werden jetzt behördenübergreifend evaluiert und in ein Handlungskonzept überführt.