

Ausblick: Wirtschaftsförderung 2.0

Wie wird die öffentliche Wirtschaftsförderung in den nächsten 10 oder 20 Jahren aussehen? Die oben bereits angesprochenen Entwicklungen weisen hier in einige Richtungen. Ein zentraler Gesichtspunkt hierbei ist nicht nur die weiter fortschreitende Globalisierung, sondern auch die zunehmende Dematerialisierung von Produktionsprozessen. So ist etwa das Design technischer Bauteile in vielen Bereichen nahezu vollständig digitalisiert. Die Mittel und Prozesse zur Leistungserstellung bei Unternehmen wie Facebook, Google oder Amazon bestehen zum großen Teil aus Software bzw. aus digitalisierten Abläufen. Aus der zunehmenden Dematerialisierung folgt zum einen, dass der Standort eines Unternehmens zunehmend an Bedeutung verliert. Zweitens – und hiermit zusammenhängend – sind Unternehmen in immer geringerem Maße räumlich abgegrenzte und integrierte Gebilde, sondern modulare, verteilte, in Projekten organisierte und sich gemäß diesen Projekten verändernde Organisationen. Drittens ermöglicht die Digitalisierung zunehmend kurzfristige Kooperationen unabhängig von Zeit und Raum. Es ist absehbar, dass angesichts dieser Entwicklung etwa eine traditionelle Gewerbeflächenpolitik zunehmend an ihre Grenzen stoßen und wohl an Bedeutung verlieren wird. Die Unternehmen werden jedoch in weiter zunehmendem Maße auf Wissensarbeiter bzw. hoch qualifizierte, flexible Mitarbeiter angewiesen sein. Für die Wirtschaftsförderung kann daraus der Schluss gezogen werden, dass in Zukunft neben der unternehmensorientierten Wirtschaftsförderung die beschäftigungs- oder mitarbeiterorientierte Wirtschaftsförderung an Bedeutung zunehmen wird. Einerseits wird die Standortfrage nach wie vor auch für viele Unternehmen relevant sein, selbst für hochgradig digitalisierte Unternehmen. Die Frage der Standortattraktivität – die, wie schon dargelegt, in zunehmendem Maße nicht auf kommunaler, sondern auf regionaler Ebene gelöst werden muss – wird daher nach wie vor bedeutsam sein. Andererseits wird die Schaffung attraktiver Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter der digitalisierten, „ortlosen“ Unternehmen immer wichtiger werden.

Die Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen werden zunehmend komplexer, dies erfordert oft intensivere und vielfältigere Kooperationen zwischen Unternehmen als früher. Hinzu kommt, dass viele Unternehmen ihre Fertigungstiefen reduziert haben. In Bezug auf die Standortattraktivität für Unternehmen bedeutet dies, dass der Aufgabenbereich kommunaler Wirtschaftsförderung „Information und Beratung“ zunehmend wichtiger werden wird. Ansiedlungswillige Unternehmen gerade aus wissensbasierten, innovationsorientierten Branchen wünschen sich in stärkerem Maße umfassende Standortinformationen nicht nur über räumliche, demographische und soziale Aspekte, sondern auch über andere in der Region bereits ansässige Unternehmen und Kooperationsmöglichkeiten mit diesen. Wegweisend könnte hier die Konzeption einer Wissensplattform sein, in der auf regionaler Ebene mehrere Kommunen zusammen mit ansässigen Unternehmen Informationen und Erfahrungen einstellen. Diese Plattform würde neben dem Informationsabruf über intelligente Suchmechanismen und über Kommunikationsmöglichkeiten, vgl. z. B. die bayerische Clusterinitiativen, verfügen, beispielsweise könnte ein interessiertes Unternehmen über eine Web 2.0-Funktionalität Fragen stellen, die dann von einer „Community“ aus Mitarbeitern der Gemeinden und Unternehmen der Region und gegebenenfalls weiterer Personen beantwortet werden würde. Die Grenzen zwischen der Behörde als Informationserbringer und Berater sowie dem Unternehmen als Informationsempfänger und Empfänger von Beratungsleistungen würden damit verschwinden. Regionen, die solche integrierten Informations- und Beratungsfunktionen anbieten können, hätten einen Wettbewerbsvorteil, weil ein ansiedlungswilliges Unternehmen im Vorfeld sehr gezielte und detaillierte Informationen erhalte; umgekehrt könnten auch die bereits in der Region vorhandenen Unternehmen Felder einer möglichen Zusammenarbeit artikulieren. Wie oben dargelegt, dürfte außerdem die Standortattraktivität einer Region für Mitarbeiter „ortloser“ Unternehmen ein wichtiger Schwerpunkt künftiger Wirtschaftsförderung sein. Die Metropolen sind hier zwar oft im Vorteil, aber die Regionen

sind dadurch noch nicht grundsätzlich abgehängt. Vielmehr wird das Standortmarketing zur Herausstellung der spezifischen Stärken einer Region als weiteres Betätigungsfeld kommunaler Wirtschaftsförderung ebenfalls an Bedeutung gewinnen, wobei auch hier nochmals deutlich wird, dass nicht die kommunale, sondern die regionale Perspektive wichtig ist.

Der Sprecher des deutschen Städte- und Gemeindebundes Franz-Reinhard Habel hat einige Forderungen an die Wirtschaftsförderung von morgen formuliert, die dieser Mitarbeiterperspektive in besonderem Maße Rechnung tragen:

Konzentration auf Arbeit und Bildung. Lebensqualität, Gesundheitsförderung und Bildung sind hier zentrale Merkmale, die die Attraktivität einer Region aus der Sicht der Mitarbeiter unter anderem ausmachen. Aber auch der Aufbau und die Pflege sozialer Beziehungen sind wichtig. Auch hier können viele Regionen noch attraktiver werden. Der Rückbau von Angeboten für Jugendliche in manchen Regionen beispielsweise wirkt hier eher kontraproduktiv.

Berücksichtigung der veränderten Raumstrukturen. Wechselnde Teamkonstellationen ohne feste Festanstellung und oft ohne feste Orte benötigt digital vernetzte, offene Arbeitsorte. Dies erfordert moderne Internet-Standards, aber auch eine Infrastruktur mit flexiblen Arbeitsplätzen, Besprechungsräumen für wechselnde Teams usw. Eine moderne Kommunikations-Infrastruktur insbesondere in Form von Breitbandnetzen ist zwingend erforderlich.

Finanzpolitik von Bund, Ländern und Kommunen: Herkömmliche Formen der standortabhängigen Besteuerung von Unternehmen können in Zeiten ortsunabhängiger, oft weltweit aktiver Unternehmen nicht von Dauer sein. Dies würde zudem stärker ortsgebundene Unternehmen (etwa im Einzelhandel) und auch Mitarbeiter einseitig belasten. Es müssen neue Konzepte zur Besteuerung digitaler Unternehmen entwickelt werden.

Allein diese drei Punkte machen deutlich, wie sehr sich die Wirtschaftsförderung in den nächsten Jahren voraussichtlich verändern wird – verändern muss. Diese Veränderung wird mit einigen grundlegenden Umorientierungen verbunden sein, die sich mit den Schlagworten „Weg vom Kirchturmdenken“, „Kooperation und Service-Orientierung“ und „mehr Orientierung am Mitarbeiter“ umreißen lassen.

Deutschlands führender Fördermittelexperte

Albert von Wallenrodt ist einer der renommiertesten Experten für öffentliche Förderprogramme in Deutschland. Der studierte Maschinenbauer, MBA, Geschäftsführer und Consultant namhafter Beratungsgesellschaften im In- und Ausland leitet heute das Steinbeis Beratungszentrum für Fördermittelmanagement mit Standorten in Stuttgart sowie München. Von Wallenrodt berät führende Mittelständler, Konzerne und Investoren bei strategischen Investitionsentscheidungen und Großprojekten. Zusätzlich engagiert er sich in hohem Maße für die Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts Deutschland in vielen Ehrenämtern und Beiräten.

Seine Stärken: Die Kombination aus jahrzehntelanger Fachkompetenz, konsequenter Praxisorientierung und visionärer Kraft. Davon profitieren bundes- und europaweit Firmen aller Branchen. Denn für sie leuchtet er den Förderdschungel, führt sie auf kürzestem Wege zum Ziel und bricht immer wieder gewohnte Denkmuster auf.

Er zählt zu den Besten seines Faches. Seine Vorträge und Seminare sind national und international gefragt – bei Marktführern und solchen, die es werden wollen.