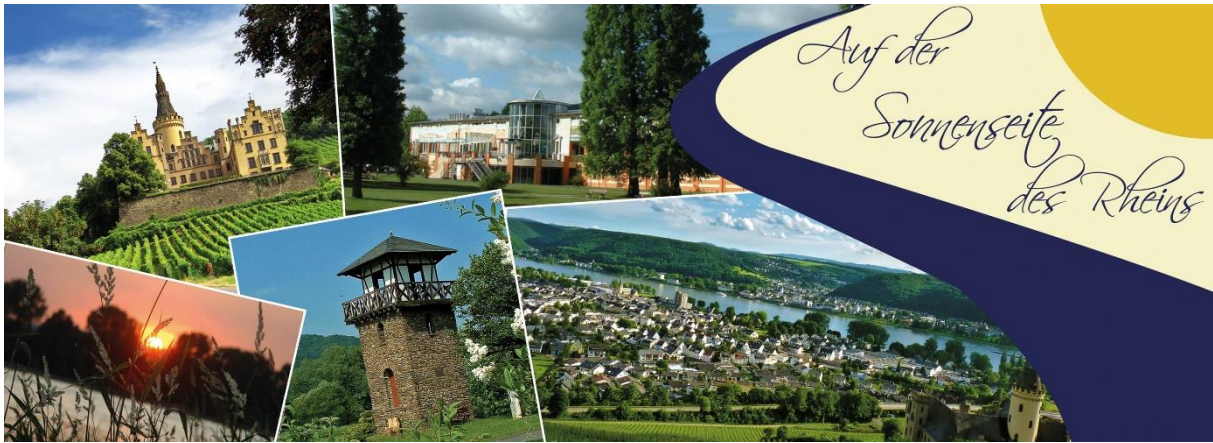


Verbandsgemeinde Bad Hönningen



Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung und Strukturentwicklung

Verfasser: Detlef Odenkirchen

Wirtschaftsförderung und Strukturentwicklung

Verbandsgemeinde Bad Hönningen





Inhaltsverzeichnis

- Grundlage der Wirtschaftsförderung
- Warum kommunale Wirtschaftsförderung für die Verbandsgemeinden wichtig ist
- Klassische Aufgaben der Wirtschaftsförderung der kommunalen Daseinsfürsorge
- Vermarktung von vorhandenen Gewerbe- und Industrieflächen – Ansiedlungspolitik
- Flächenpotenziale für Neuansiedlungen in der Verbandsgemeinde erschließen
- Beseitigung der Leerstände in der Innenstadt und den einzelnen Ortszentren
- Konzeptionelle Aktivierung und langfristig angelegte Urbanität in den einzelnen Ortsmitten
- Startup und gründerfreundliche Ansiedlungspolitik für junge und innovative Unternehmen
- Individuelle Gründerberatung und Starthilfen durch klassische und individuelle Fördermöglichkeiten
- Überregionale Zusammenarbeit mit Nachbarkommunen zur wirtschaftlichen Standortstärkung – Schlagkraft der Region durch neue Potenziale – Starke Region Mittelrhein
- Chancen und Risiken bei Clusterfunktionalität in der Region, regionale Identifikation
- Branchenspezifisches regionales Clustermanagement
- Bestehende Potenziale nutzen und mit artverwandten Branchen verknüpfen
- Mit Mut zu neuen Ufern – neue innovative Wege gehen – Projekt SKSL 2 „Mitten am Rhein“ als Synergievorteil für innovative Wirtschaftspolitik nutzen
- Sind Metropolregionen wie Köln/Bonn Bedrohung oder können wir von ihnen partizipieren?
- Was ist das Ziel der Verbandsgemeinde und wie soll sie sich zukünftig wirtschaftlich ausrichten?



- **Die Grundlage der Wirtschaftsförderung**

"Die Wirtschaftsförderung ist eine kommunale Aufgabe der Daseinsvorsorge für die örtliche Gemeinschaft (Gemeinden und Gemeindeverbände). Dies folgt aus Artikel 28, Absatz 2 Grundgesetz. In Paragraph 2, Absatz 2, Gemeindeaufgabengesetz wird diese Rolle der Gemeinden und Kreise ausdrücklich bestätigt, in dem als Träger des Ausbaus der wirtschaftsnahen Infrastruktur vorzugsweise Gemeinden und Gemeindeverbände genannt sind. Im Verhältnis zwischen Kreis und kreisangehörigen Gemeinden ist die übliche Aufgabe Abgrenzung zwischen Kreis und Gemeinden zu beachten".

Oberstes Ziel der Kommunalen Wirtschaftsförderung in Deutschland ist die Stärkung der Wirtschaftskraft und die Schaffung neuer Arbeitsplätze auf kommunaler Ebene. Aufgrund der beschäftigungspolitischen, steuerlichen, infrastrukturellen und imagerelevanten Effekte gilt sie als ein zentrales Element für Wachstum, Lebensqualität und Wohlstand in Städten, Gemeinden und Regionen. Die Einrichtung einer kommunalen Wirtschaftsförderung wird als freiwillige Aufgabe der kommunalen Selbstverwaltung in eigener Verantwortung wahrgenommen und in eigener Form gestaltet. Wichtigste Aufgabenschwerpunkte sind die umfassende Bestandsentwicklung, die Akquisition neuer Firmen und die Förderung von Existenzgründungen. Je nach Größe der Stadt bzw. Gemeinde, Standortgegebenheiten oder spezifischen Zielsetzungen bzw. Handlungserfordernissen finden sich in der Praxis jedoch unterschiedlichste Schwerpunktsetzungen und konkrete Aufgabenstellungen. Während die Bestandsentwicklung bzw. -pflege auf die Schaffung optimaler Rahmenbedingungen für unternehmerisch erfolgreiches Handeln vor Ort ausgerichtet ist, um Firmen und Arbeitsplätze zu binden, sollen im Rahmen von Akquisition durch gezielte Ansprache gesamte Betriebe oder Teile davon zur Ansiedlung in der Kommune bewogen werden. Oberste Priorität bei den zu bearbeitenden Themenfeldern der kommunalen Wirtschaftsförderung haben in der Regel die Vermittlung und Entwicklung von Gewerbe- und Industrieflächen sowie das Standortmarketing nach innen und außen. Angesichts der begrenzten Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften gewinnt das Thema Fachkräftebedarf als zukünftiges Handlungsfeld an Bedeutung. Die Kommunale Wirtschaftsförderung ist den persuasiven Instrumenten der Regionalentwicklung zuzuordnen.

Es gibt keine rechtlichen Vorschriften oder Vorgaben, in welcher Form Städte, Gemeinden und Kreise ihre kommunale Wirtschaftsförderung ausführen sollen. Sie erfolgt auf freiwilliger Basis, selbstständig und eigenverantwortlich. In Abhängigkeit von den jeweiligen Rahmenbedingungen variiert die Organisation hinsichtlich Größe, Struktur, Leistungsspektrum sowie finanzieller und personeller Ausstattung. Die Wahrnehmung der dem Bereich der kommunalen Wirtschaftsförderung zuzuordnenden Aufgaben ist unterschiedlich ausgeprägt. Generell ist zu trennen, ob die Beschäftigten bzw. die Einrichtung der Wirtschaftsförderung als Teil der Verwaltung agieren oder ob sie in einem von der Kommune ausgegliederten Unternehmen in GmbH-, AG-, e.V.- oder AöR-Form organisiert sind. Möglich ist auch, dass Leistungen durch interkommunale Kooperationen bzw. durch die Einbindung privater Dritter als privatrechtliche Einheiten Lösungen erbracht werden.

Standortentscheidungen von Unternehmen hängen zu einem entscheidenden Teil von der Qualität der lokalen und regionalen Bedingungen ab. Somit kommt Wirtschaftsförderung als kommunalpolitischem Steuerungselement die verwaltungsübergreifende Querschnittsaufgabe zu, den lokalen und

regionalen Rahmen für erfolgreiches wirtschaftliches Handeln mitzugestalten. Im Idealfall gelingt es, durch die kontinuierliche Weiterentwicklung von Strategien, Projekten und Leistungen den Standort für Unternehmen nachhaltig zukunftsfähig zu machen. Kommunale Wirtschaftsförderung fungiert als Dienstleister, Moderator, Koordinator, Krisenmanager, Lotse und Projektinitiator auf zahlreichen Gebieten. Der Fokus liegt auf der Bestandsentwicklung bzw. -pflege, also auf der Begleitung ortsansässiger Unternehmen durch bedarfsgerechte Dienstleistungen und Services. Diese sind unter anderem auf die richtigen Rahmenbedingungen in Form von ausreichenden Ansiedlungs- und Entwicklungsflächen, auf die Schaffung eines attraktiven Umfelds durch so genannte „weiche Standortfaktoren“ und auf die Begleitung bei Behörden-Angelegenheiten ausgelegt. Zu den wichtigsten Themenfeldern der kommunalen Wirtschaftsförderung gehören die Vermittlung und Entwicklung von Gewerbe- und Industrieflächen, die Einzelhandelsentwicklung, die Gründungsförderung und das Standortmarketing. Neben diesen konventionellen Aufgaben sieht sich die Wirtschaftsförderung mit einer Vielzahl weiterer Herausforderungen konfrontiert, deren Bewältigung für jeden Wirtschaftsstandort von großer Bedeutung ist. Es handelt sich beispielsweise um die Bereiche Arbeitsmarktpolitik und Fachkräftegewinnung, Bildung und Qualifizierung, Innovations- und Technologieförderung, Cluster und Netzwerke und um das Regionalmanagement. Sie werden überwiegend nur auf regionaler Ebene und in Einzelfällen auf Ebene der Kreise und kreisfreien Städte federführend wahrgenommen. Sinnvoll ist, dass sich Wirtschaftsförderungen aller Ebenen zu diesen Themen verständigen und zusammenwirken.

Zirka drei Viertel der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften finanzieren sich im Wesentlichen über Zuschüsse der Gesellschafter. Eigene Einnahmen erzielen die Gesellschaften insbesondere aus der Erschließung und dem Verkauf von kommunaleigenen oder privaten Gewerbeflächen, aus der Vermittlung von Gewerbeflächen, dem Betrieb von Technologie- und Gründerzentren, Beratungsleistungen und Dienstleistungen im Bereich des Projektmanagements. In weniger Fällen treten Gesellschaften auch als Betreiber von Parkhäusern, Kongresshallen und Anbieter von Seminaren und Weiterbildungsträger auf.

Bundesweit sind zirka 140 ausgegliederte kommunale Wirtschaftsförderungseinrichtungen dem Deutschen Verband der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften e.V. (DVWE) angeschlossen. Der Dachverband treibt den Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern voran und greift als Interessenvertretung aktuelle und zukunftsorientierte Themen der Wirtschafts-, Struktur- und Standortförderung auf. Dabei arbeitet der DVWE mit den kommunalen Spitzenverbänden Deutscher Städtetag, Deutscher Städte- und Gemeindebund und Deutscher Landkreistag zusammen.



- **Warum kommunale Wirtschaftsförderung für die Verbandsgemeinden wichtig ist**

Aus der Betrachtung der vorgenannten Grundlage der Wirtschaftsförderung heraus sind die Aufgaben der Wirtschaftsförderung wichtige Grundbestandteile einer gut funktionierenden regionalen Wirtschaft vor Ort. Sie soll Bindeglied zwischen den behördlichen Verwaltungsaufgaben und den jeweiligen Unternehmen sein. Sie hat die Aufgabe, die Interessen der Unternehmen bei den Behörden zu vertreten sowie die Machbarkeit mit dem gesetzlichen Regelwerk zu versuchen diese in Einklang zu bringen. Viele kommunale Wirtschaftsförderungen werben damit, für die Unternehmen ein Ansprechpartner für alle kommunalrelevanten Themen zu sein. Das entlastet den Unternehmer von den für ihn aufwendigen behördlichen Anforderungen und gibt ihm entsprechende Freiräume für seine unternehmerischen Leistungen. Für die kommunalen Entscheidungsträger ist dies auch ein angenehmer Umstand im Alltagsgeschäft, da sich die Akteure kennen und mit der nötigen Sachlichkeit und wenig emotionalen Aspekten die Themen wie Brandschutz, gewerbepolizeiliche Auflagen oder auch ordnungsamtliche Anforderungen zu begegnen. Ein nicht zu unterschätzender Nebenaspekt ist jedoch der Kontakt mit dem Unternehmen in die Verwaltung hinein. Der Wirtschaftsförderer erhält durch die persönliche und kontinuierliche Beratung das notwendige Vertrauen zum Unternehmer. Ein weiterer Grund warum die Kommunen sich einen Wirtschaftsförderer leisten ist, dass nur der die interessantesten Unternehmen bekommt, der sich um sie bemüht. Wirtschaftsförderer sind Akteure im Beziehungsgeflecht um die Gunst der Unternehmen. Sie sind „Kümmerer“ und stehen den Unternehmen mit Rat und Tat zur Seite. Verbandsgemeinden und Nachbarkommunen stehen auch in Konkurrenz zueinander. Hier geht es darum die besten Ansiedlungserfolge für sich zu vereinen. Neue und bestehende Unternehmen sind der Garant für stetige Steuereinnahmen der jeweiligen Kommune. Wirtschaftsförderer sind wichtige Institutionen einer Kommune, sorgen sie doch dafür, dass sich Unternehmen ansiedeln oder Bestandsbetriebe am Standort verbleiben. Sie sind mit wichtiger Faktor dafür, dass eine entsprechende Kontinuität der Gewerbesteuererinnahmen in den Kommunen generiert wird. Nach Umfragen der DVWE, warum Unternehmen an ihrem Standort verweilen, antworten die meisten Unternehmer an zweiter Stelle, weil der Kontakt und das Verhältnis der hiesigen Kommune sehr gut ist und weil man sich um unsere Belange kümmert.



- **Klassische Aufgaben der Wirtschaftsförderung der kommunalen Daseinsfürsorge**

Zu den klassischen Aufgaben der Wirtschaftsförderung gehören neben den Beratungstätigkeiten für Existenzgründer sowie auch den Geschäftsleitungen aus den Bestandsunternehmen, Gründerseminaren, Wissenstransfer und Kooperationsfähigkeit auch die Themen: Netzwerk und Clusterentwicklung, Förderung von Start-ups, nachhaltiges Wirtschaften und Ressourcen- und Energieeffizienz, Vermarktung der Standorte, Bestandssicherung und Bestandsentwicklung, die Sicherung der Innenstädte und Stadtteilzentren, Fachkräfte Monitoring, Infrastruktur – Sanierung und Investitionen innerhalb der Verbandsgemeinde und deren verbandsangehörigen Ortsgemeinden. Das Thema Digitalisierung hält ebenso Einzug in die Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung.

Die klassischen Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung dienen dem stetigen Kontakt zu den Unternehmungen, um deren kommunalen Beratungsfelder beispielsweise in Gewerbeaufsichts- oder Brandschutzfragen, Bau- und Ordnungsamtsangelegenheiten oder sonstige verwaltungsangehörigen Belange zu klären. In der Regel möchte der Unternehmer hierfür keine Zeit aufwenden und diese für sein Unternehmen sinnigerweise nutzen. Für die kommunale Verwaltung sind diese Themen jedoch entscheidend und von Relevanz für den Fortbestand oder die Existenz für das jeweilige Unternehmen. Bei Bauanträgen, Bauvoranfragen oder behördliche Maßnahmen z.B. für einen Erweiterungsbau werden viele genehmigungsrechtliche Aspekte abgefragt. Hierbei kann eine aktive kommunale Wirtschaftsförderung sehr dienlich sein, wenn sie dem Unternehmen hier Abhilfe schaffen kann und diese für ihn unangenehme Belastung abfedert. Der Unternehmer sieht hierin eine enorme Entlastung der unabdingbaren Tätigkeiten und Nachweise, die er seitens der Verwaltung erbringen muss.



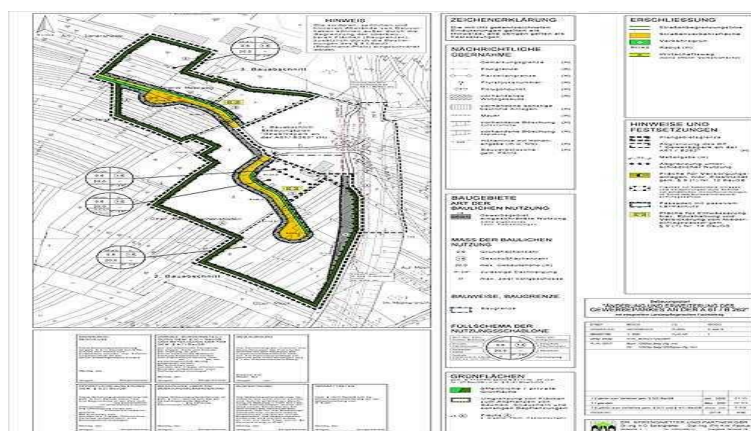
- **Vermarktung von vorhandenen Gewerbe- und Industrieflächen – Ansiedlungspolitik**

Die Ausweisung von Gewerbe- und Industrieflächen sind Hoheitsaufgaben der verbandsangehörigen Ortsgemeinden. Die politischen Kräfte beraten über eine entsprechend auszugestaltende Ansiedlungspolitik und die damit einhergehende Flächenausweisung für Unternehmerpotenziale in Form von Gewerbegebieten, Industriegebieten oder von Technologiezentren. Die kommunale Wirtschaftsförderung unterstützt hierbei die Ortsgemeinden und erarbeitet entsprechend der politischen Wünsche und Berücksichtigung gemeinsam mit dem verbandseigenen Bauamt adäquate Konzepte für eine Ausweisung von geeigneten Flächen. Entsprechend der Nutzbarkeit von ausgewiesenen Gewerbe- oder Industriestandorten sollte die Umgebungsbebauung abgegrenzt hierzu entsprechen. Wohnen und Arbeiten sollten sich nicht gegenseitig beeinträchtigen. Es gibt auch sogenannte Gewerbe-/Wohnmischgebiete. Hier ist die Vereinbarkeit durch ein erträgliches Wohnen und Arbeiten erlaubt. Die Nutzungen sind entsprechend über das gesetzgebende BauGB geregelt. Auch bei Flächenerweiterungen kann die Wirtschaftsförderung beispielsweise bei einer Clusterbildung positiv Einfluss nehmen. Hier können Synergien Berücksichtigung finden. Beispielsweise ein herstellender Betrieb aus der Automobilbranche und eine Erweiterungsentwicklung von Flächen hier am Beispiel von autoaffinen Zuliefererfirmen. Clusterbildung macht Sinn, jedoch muss man darauf achten, gerade in einer Verbandsgemeinde, die Gewerbegrundstücke ebenso mit einem Branchenmix zu versehen. Sollte es einer Branche einmal schlecht ergehen, könnte das bei einer ausschließlichen Clusterbildung fatale Folgen, auch und besonders bei der Gewerbesteuerermittlung sukzessive deren Arbeitsplätze, haben. Clusterentwicklung ist immer dann zu empfehlen, wenn ausreichende Gewerbeflächen vorhanden sind oder der Standort einer Branche naturgemäß den Vorzug gibt. Hier beispielsweise bei der Steinindustrie oder Mineralwasserquellen etc. den Standort vorgeben.



- **Flächenpotenziale für Neuansiedlungen in der Verbandsgemeinde erschließen**

Als aktive kommunale Wirtschaftsförderung ist auch ein visionäres und zukunfts ausgerichtetes Denken erforderlich. Hierbei geht es um die Entwicklung von möglichen Szenarien, welche als denkbare Lösungsansätze in den Bereichen Gewerbegebietsweiterentwicklung oder Neuausrichtung gefordert ist. Dabei gilt es in der Gesamtentwicklung mögliche Erweiterungsflächen im Blick zu haben oder an anderer Stelle neue Gebiete auszuweisen. Diese originäre Aufgabe gehört zur Weiterentwicklung des kommunalen Flächenmanagements dazu. Durch diese Handlungsfelder generiert die kommunal eigene Wirtschaftsförderung der verbandsangehörigen Ortsgemeinden entsprechendes Entwicklungspotenzial, welches sich beim Verkauf von Gewerbegrundstücken und später in der Gewerbesteuer in Heller und Cent auswirken wird. Die Wirtschaftsförderung hat Teilhabe an der Bildung des Vermögens innerhalb der Kommune und trägt somit auch zur Arbeitsplatzsicherung bei. Damit verbunden sind als Folge dessen auch die Nachfrage des Wohnraumstandortes gesichert. Menschen wohnen immer dort, wo eben auch ihre Arbeit beheimatet ist. Insofern kann man sagen, dass eine intakte und aktive kommunale Wirtschaftsförderung auch immer den Wohn- und Arbeitsstandort fördert. Wichtig hierbei ist das Große und Ganze zu sehen. Auch wenn dies zunächst erst einmal nicht sofort erkennbar und messbar wird, wird am Ende des Tages das ganze Bild sichtbar. Dieser Prozess kann sich über Jahre und Jahrzehnte auswirken. Oftmals geht eine solche Entwicklung relativ schnell. Am Beispiel HARIBO-Umsiedlung, von Bonn zur Gemeinde Grafschaft/Rheinland hat das gesamte Flächenpotenzial des Gewerbegebietes eine rasante Vermarktungsentwicklung an Fahrt aufgenommen. Zuvor waren die Flächen eher wenig bis gar nicht nachgefragt worden. Obwohl eine direkte Anbindung an die A 61 gegeben war. Wenn ein sogenannter Ankernutzer vor Ort ist, können Flächenpotenziale sehr schnell für Investoren interessant sein und entsprechend vermarktet werden.



- **Beseitigung der Leerstände in der Innenstadt und in den einzelnen Ortszentren**

Unsere Ortskerne und die Innenstädte verändern sich nicht zuletzt im Hinblick auf das digitale Einkaufsverhalten, besonders der zukünftigen und kaufkräftigen Generation. Immobilien bleiben leer stehen und bringen keine Mieteinnahmen mehr. Der Eigentümer investiert nicht mehr in die Bestandsimmobilie. Die Häuser verfallen und werden marode. Die Städtebauentwicklung mit dem Sanierungskonzept und der Modernisierungsrichtlinie, versucht in der Innenstadt diesem Verfall entgegenzuwirken. Im zugeordneten Sanierungsgebiet werden bislang einige Immobilien in Wert gesetzt. Mehr als derzeit 10 Immobilieneigentümer sanieren ihre Immobilien und erhalten 30 Prozent der Investivmaßnahme, höchstens jedoch 30.000 Euro bei einer Investition von 100.000 Euro gedeckelt als verlorenen Zuschuss gefördert. Die Aufgabe der Wirtschaftsförderung ist gemeinsam mit der örtlichen Politik und der örtlichen Werbegemeinschaft zu erörtern, welche Geschäfte mit welchem Branchenbesatz ausgestattet sein sollen. Ein entsprechendes Konzept basierend aus der Geschäftswelt bzw. der Werbegemeinschaft könnte hier mit den politischen Verantwortlichen ein zukunftsweisendes Papier in die Umsetzung bringen. Der positive Einfluss der hiesigen Wirtschaftsförderung kann hier durchaus hilfreich sein. Daraufhin wird die kommunale Wirtschaftsförderung entsprechend versuchen, diese Geschäftsfilialen zu besetzen. Durch gezielte Anwerbung verschiedener Gewerke will man einen vernünftigen Geschäftsbesatz erwirken. Hierzu müssen jedoch die Voraussetzungen stimmen. So wird die Wirtschaftsförderung versuchen mit den Eigentümern einen sogenannten Vorzugsmietpreis mit möglichen Pächtern auszuhandeln. Als Start-up für junge Unternehmer sollen ebenso attraktive Preisgestaltungen für mögliche Geschäftsanbieter ausverhandelt werden. Wenn die Ladenlokale wieder mehr an Besatz hervorbringen, wirkt sich dies auf die gesamte Innenstadt aus. Gleiches Vorgehen kann man auch für die Ortsgemeinden adaptieren. Für die Ortskerne - wie am Beispiel der Ortsgemeinde Rheinbrohl mit der Schließung des EDEKA-Marktes - sollten so schnell als möglich adäquate Nachnutzungen für Bestandsimmobilien gesichert werden.



- **Konzeptionelle Aktivierung und langfristig angelegte Urbanität in den einzelnen Ortsmitten**

Die Ortsmitten haben sich im Laufe der Jahrzehnte immer mehr verändert. War doch die Dorfmitte einst der Mittel- und Treffpunkt der Menschen zum Austausch der neuen Ereignisse vom Tage. Zu Zeiten als es noch kein Telefon und Internet gab, war die Dorfmitte die Kommunikationszentrale des Ortes schlechthin. Hier konnte man gewahr werden, wer erkrankt oder gar gestorben ist, wer demnächst wen heiratet und welche Frau wieder schwanger war. Mit dem Wandel der Zeit und der Elektrifizierung wurden die Ortskerne immer mehr vernachlässigt. Kirche, Rathaus und die Schule traf man idealerweise im Ortskern, drum herum waren die Wohnhäuser angesiedelt. Urbanes Leben fand also in der Ortsgemeinde in hervorragender Weise statt. Heute gilt es, die Standort- und Infrastrukturen zu erhalten und entsprechend der modernen und schnelllebigen Zeit anzupassen. Funktionale Ortsmitten, sind neuralgische Punkte, die einen Erinnerungscharakter an vergangene Zeiten durch Brunnen oder Stelen einen Ortskern skizzieren. Mit dem zunehmenden Autoverkehr hat man sehr oft in der Vergangenheit Dorf- oder Zentralplätze zu Parkraumbewirtschaftung umfunktioniert. In der Dorferneuerung oder auch den Stadtförderprogrammen will man solche „Marktplätze“ wiederbeleben und zur Erhaltung für Aufenthalte der Bürgerinnen und Bürger und Besucher im Ort oder in der Stadt motivieren. Moderne und zielführende Wirtschaftsförderung sollte dazu führen, die Grundbedarfe von Menschen in einem Ort vorzuhalten, kleinere Bäckereien und Fleischerbetriebe zu erhalten und die Grundversorgung des Ortes zu gewährleisten. Bekanntermaßen ist dies jedoch einfacher gesagt als getan. Jeder Geschäftsmann ist umsatzorientiert. Die Erfahrung von solchen kleinen Nahversorgern ist heute, dass die Tageseinnahme nicht mal die Existenz der Geschäftsleute sichert. Eine nicht einfache Herausforderung, die es gilt zu meistern. Oftmals gibt es Menschen, die als Nebenerwerb solche kleinen innerörtlichen Geschäfte als Angebot für die Bürgerinnen und Bürger betreiben. Diese gilt es zu finden und für diese Sache zu motivieren. Frauen, die beispielsweise als Handarbeitsgruppen im Hobby tätig sind, die zusätzlich die Postfiliale und einen Kiosk betreiben, sind solche interessanten Möglichkeiten.



- **Start-up und gründerfreundliche Ansiedlungspolitik für junge und innovative Unternehmen**

Für junge Unternehmer und Innovationen sollte eine gut funktionierende Kommune immer offen sein. Junge Unternehmer gründen auch Familien und sie tun es dort, wo sie auch arbeiten. Hier sprechen wir gerne von einer Win-Win-Situation. Unternehmer = Arbeitsplätze und Wohnstandort. Wohnstandort = Kindergartenplätze und Schulen. Kindergartenplätze und Schulen = Arzt, Geschäfte und Infrastruktur. Also könnte man sagen: Wirtschaftsförderung ist im weitesten Sinne auch gesunde Strukturentwicklung. Wo Menschen sich niederlassen herrscht urbanes Leben in der Ortsgemeinde oder der Stadt. Dieses zu gewährleisten ist oberste und originäre Aufgabe einer kommunalen Wirtschaftsförderung. Start-up heißt nichts Anderes als Laufen lernen. Junge und innovative Menschen, die eine Idee entwickeln und sich selbstständig machen, sollten in einer jeden Kommune willkommen sein. Viele Kommunen richten sogenannte Start-Up-Zentren ein. Das könnte eine leestehende Immobilie sein oder auch ein funktional umgestaltetes Gebäude wo mehrere junge Menschen sich niederlassen, um ihren Innovationen freien Lauf zu lassen. Einige dieser Zentren sind sogar kostenfrei zumindest jedoch kostengünstig. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Start-upler in der Kommune bleibt ist sehr hoch, da sie es auch war, die ihn von Anfang an gefördert hat. Hier zahlt sich Dankbarkeit und der Glaube an die Innovation aus. Das Schulungszentrum der Handwerkskammer in Rheinbrohl könnte hier der Anknüpfungspunkt für ein solches Zentrum werden. Die jungen Firmen werden von der hiesigen Wirtschaftsförderung begleitet und deren späteren Bedarf einer möglichen Expansion des Jungunternehmers kann durchaus hier weiterhelfen. So bleibt der Unternehmer am Ort und kann so wachsen, wie es das Unternehmen benötigt. Unternehmer- und familienfreundliche Kommunen werden auch immer den Zuspruch beim Wohnen erhalten. Zufriedenheit der Menschen vor Ort entscheidet über deren Aufenthalt und letztendlich den Wohnstandort. Dafür ist es jedoch zwingend entscheidend, dass die vorhandene Infrastruktur gegeben ist oder die noch ausstehende Infrastruktur noch geschaffen wird.



- **Individuelle Gründerberatung und Starthilfen durch klassische Fördermöglichkeiten**

Die klassischen Förderinstrumente wie die KfW Förderprogramme des Bundes oder auch die ISB-Einzelförderung des Landes Rheinland-Pfalz bei Unternehmensgründer sollten im Erstgespräch mit einem sich in Gründung befindenden Jungunternehmer*in an die Hand gegeben werden. Wichtig hierbei ist, dass er noch nicht gegründet hat. Wenn er gründet, also den Gewerbeschein beantragt hat, ist dies in jedem Fall förderschädlich und nicht mehr zu heilen. Die kommunale Wirtschaftsförderung übernimmt die individuellen Beratungen. Mit hervorragenden Unterlagen der KfW und der ISB kann eine Grundlagenberatung vor Ort im Rathaus erfolgen. Bei spezifizierten und konkreten Maßnahmen ist es ebenso möglich einen Beratungstermin mit der örtlichen Wirtschaftsförderung bei der KfW in Bonn oder auch der ISB in Mainz zu terminieren. Die kommunale Wirtschaftsförderung sieht es als eine der wichtigsten Aufgaben an, die Gründer allumfänglich und professionell zu beraten. Sie begleitet auch den Unternehmer zu den Bankengesprächen der Förder- oder auch zu den Hausbanken. Zu den Beurteilungsmaßnahmen gibt sie gerne auch eine fachliche Einschätzung zur Person, deren Qualifikation und allgemeine Beurteilung ab. Als Wirtschaftsförderung sind wir an einem gut funktionierenden und hervorragend organisierten Unternehmen interessiert. Wir wollen, dass der/die Unternehmer*in am Standort der Verbandsgemeinde Bad Hönningen erfolgreich ist und bei uns Geld verdient. Nur ein gut aufgestelltes Unternehmen ist langfristig auch für die Kommune ein erträglicher Partner und spült Steuergeld in die kommunalen Kassen. Insofern ist es uns daran gelegen, dass es dem Unternehmen stets gut geht. Hierin sieht die Wirtschaftsförderung eine grundlegende Aufgabe, die sie zu erfüllen hat. Kommunale Wirtschaftsförderung Hand in Hand mit den Förder- und Hausbanken und stets zufriedenen Unternehmen.



- **Überregionale Zusammenarbeit mit Nachbarkommunen zur wirtschaftlichen Standortstärkung – Schlagkraft der Region durch neue Potenziale –Starke Region Mittelrhein**

Der Landkreis Neuwied mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH sowie deren 8 Gebietskörperschaften bilden eine schlagkräftige Allianz für die Wirtschaftsregion am Mittelrhein. Die Verbandsgemeinde Bad Hönningen bildet hiermit einen wichtigen Bestandteil in der Landschaft der Wirtschaftsförderer. Die Aufgabenvielfalt in der interkommunalen Zusammenarbeit ermöglicht weitaus mehr Potenzial als es vermuten lässt. Dies ermöglicht z.B. bei einem nicht unterzubringenden Unternehmen in einer der Kommunen, dass der Unternehmer dem Landkreis erhalten bleibt. Kann eine Kommune nicht bedienen, stehen die Kollegen hilfreich zur Seite. Der Landkreis Neuwied, die Westerwaldkommunen und die Mittelrhein-Anrainerkommunen haben ein Portfolio an interessanten Standortangeboten, welche dem Investor die Möglichkeiten seiner Investition eröffnet. Dadurch ist der Landkreis Neuwied mit der angrenzenden größten Wasserstraße Deutschlands, dem Rhein, sowie die sehr guten Bahnverbindungen zu den Metropolen Rhein-Main und Rhein-Ruhr mit den großen Städten Frankfurt/Main und Köln/Bonn hervorragend angebunden. Die BAB 3 rechtsrheinisch und BAB 61 linksrheinisch runden das verkehrliche Angebot in bester Weise ab. Wir hier am Mittelrhein können noch mit entsprechenden humanen Verkaufspreisen der Gewerbegrundstücke gegenüber den großen Nachbarkommunen aufwarten. Auch die steuerlichen Hebesätze sowie die Grundsteuer B sind im Vergleich anderer Kommunen im mittleren Bereich.



- **Chancen und Risiken bei Clusterfunktionalität in der Region, regionale Identifikation**

Die Clusterifizierung von regionaler Wirtschaftsförderung kann Vorteile aber auch Risiken in sich tragen. Zu den Vorteilen gehört natürlich die Alleinstellung einer branchenspezifischen Marke oder eines Produktes. Hier können sich hervorragend branchenverwandte Unternehmen hinzugesellen. Die Wahrscheinlichkeit bei einem Ankerunternehmen ist sehr hoch, dass sich artverwandte Berufsstände oder auch Branchenspezifika dazu siedeln. Hier spricht man ebenso von einer Win-Win-Situation für alle Beteiligten. Kurze Logistikwege, schnelle kommunikative Abstimmung zwischen den jeweiligen Unternehmen etc. Nachteilig und risikoreich wird die Spezifizierung als solches gesehen, wenn es einer der Branchen am Markt einmal schlecht ergeht krankt gleich das ganze Gewerbegebiet. Sollte es zu insolventen Auswirkungen kommen, könnte sehr schnell ein komplettes Gewerbegebiet ins Aus rutschen. Grundsätzlich gilt, dass bei größeren Gewerbegebieten eine Clusteransiedlung durchaus gewünscht und auch sinnstiftend ist. Bei kleineren Gewerbegebieten sollte ein ausgewogener Branchenmix bei der Ansiedlung von Firmen gewahrt bleiben. Vorteil ist allerdings auch der schnelle Bekanntheitsgrad, wenn man ein branchespezifisches Cluster beherbergt. Das Gewerbegebiet steht für das jeweilige Produkt. Z.B. Medizin NRW.



- **Branchenspezifisches regionales Clustermanagement**

Bei einer branchenspezifischen Clusterbildung sind meistens die ansiedlungswilligen Investoren oder Betreiber gemeinsam mit der örtlichen Politik diejenigen, die das Cluster für ihre Region definieren. In den meisten Fällen gibt es auch bereits traditionelle Bestandsfirmen am Stammsitz, welche dann z.B. Zulieferfirmen oder branchenverwandte Unternehmen am Standort gerne ansiedeln lassen. Die Aufgabe der kommunalen Wirtschaftsförderung ist dann also, in einem Gewerbepark oder Gewerbegebiet innerhalb der Kommune in der Firmen-Akquise entsprechend passende Firmen anzusiedeln. Der Vorteil ist, dass eine bestimmte Branche oder ein Schwerpunkt an genau diesem Standort interessiert sein wird. Der Nachteil liegt auch klar auf der Hand. Mit einer solchen Entscheidung legt man sich natürlich fest, sodass eine gesunde Mixkultur an Unternehmen unterschiedlicher Branchen von vorne herein verhindert wird. Ein weiterer Nachteil kann es dann mal sein, wenn es eine Branche finanziell hart trifft, z.B. durch unvorhergesehene Umsatzeinbrüche, vermutlich alle anderen angesiedelten Unternehmen voraussichtlich ebenso von dieser Krise direkt betroffen sind. Vorteil kann jedoch auch die Alleinstellung sein. Ein gutes Beispiel ist die Schmuck- und Diamantenstadt Idar-Oberstein. Sie steht für die Goldschmiedebbranche in Europa. Einkäufer, Juweliere, Schmiede und Händler kommen aus der ganzen Welt in diese Stadt, um ihre Produkte zu ordern oder fertigen zu lassen. Politik und verantwortlich Handelnde innerhalb einer Kommune haben somit auch den Vorteil Innovationen neu zu definieren. Zum Beispiel eine saubere Industrieansiedlung oder technologische Neuerungen, welche sich in Zukunft rasant weiterentwickeln werden. Hier kann durchaus eine Clusterbildung für eine Kommune vielversprechend sein.



- **Bestehende Potenziale nutzen und mit artverwandten Branchen verknüpfen**

Um einen gesunden Branchenmix in einem kommunalen Gewerbegebiet zu bekommen, ist es immer ratsam, geeignete und gängige Strukturen in der jeweiligen herkömmlichen Region aufzubauen. Als herkömmliche Region bezeichnet man Destinationen, in denen es keine Branchenspezifika gibt. Hier ist es in der Regel erfolgsversprechend, wenn man einen Technologie- oder Innovationspark oder auch ein Dienstleistungszentrum errichtet. In einem solchen können Jungunternehmer ihre „Startups“ in Ruhe und vor allem kostengünstig ausleben und durchaus wachsen. Der Vorteil hier ist, dass wenn ein Unternehmer hier die Möglichkeit durch kommunale Wirtschaftsförderung erfahren hat, meistens sich gut aufgehoben fühlt und in der Regel sehr dankbar ist. Dieses Unternehmen, sollte es nun in einer Expansionsphase sein und sich vergrößern müssen, bleibt der Kommune in der Regel treu. Denn der Unternehmer weiß ja, dass in dieser Kommune die Betriebe und die Unternehmensleistung wertgeschätzt werden. In den allermeisten Fällen bleibt der herangewachsene Jungunternehmer am Stammsitz der Kommune. Also, ganz wichtig hier: die Kontinuität ist die Lösungsformel für eine langlebige und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Und die zahlt sich aus. Für die kommunale Wirtschaftsförderung ist es von enormer Bedeutung hier bestehende und vorhandene auch traditionelle Potentiale zu fördern und daran mitzuarbeiten, diese erfolgreich auszubauen. Man spricht in diesem Zusammenhang von betriebsorientierter Optimierung. Hier kann bei einer Neuansiedlung auch durchaus neues Potential, welches branchenverwandt oder ähnlich ist, miteinander verbunden werden und voneinander partizipieren.



- **Mit Mut zu neuen Ufern – neue innovative Wege gehen – Projekt SKSL 2
„Mitten am Rhein“ als Synergievorteil für innovative Wirtschaftspolitik nutzen**

Das Land Rheinland-Pfalz und eine Initiative von 11 Kommunen am Rhein begründeten im Jahre 2018 den kommunalen freiwilligen Verbund „Starke Kommunen – Starkes Land 2“. Sie haben es sich zum Ziel gesetzt, zum einen eine wirkungsvolle Alleinstellung am Mittelrhein zu bekommen und zum anderen, und das ist das eigentliche und wesentliche Merkmal, gemeinsame Zukunftsprojekte zu definieren und dies gemeinsam umzusetzen. Für die kommunale Wirtschaftsförderung ist dieser wichtige und starke Verbund ein richtiges und wirkungsvolles Signal für ein gut funktionierendes Marketing in einer Gesamtdestination. Sie hat dadurch jetzt die Möglichkeit, eine wertvolle und überregionale Wahrnehmung nach außen zu erhalten und sich als eigene Wirtschaftsregion, ähnlich wie die Marke „Wirtschafts- und Metropolregion Köln/Bonn“, zu platzieren. Wichtige Zukunftsthemen wie Elektromobilität oder der Rhein als moderne Wasserstraße vielseitig zu nutzen, beispielweise mit Wassertaxis oder einem Wasserlinienbus, der rheinauf- und ab die 11 Städte anfährt, oder das Thema touristische Aufwertung des Rheins mit aktiver touristischer regelmäßiger Erlebnis-Schiffahrt u.v.a.m. Alle 11 Kommunen unterhalten auch eine kommunale Wirtschaftsförderung. Die Bündelung der Verwaltungseinheiten und deren Kräfte in den einzelnen Kommunen, sollen eine schlagkräftige Marktstrategie entwickeln, die im Wettbewerb mit anderen Kommunen nicht nur den wirtschaftlichen Standort sichern, sondern auch um einige Ideen und Möglichkeiten eine Alleinstellung herausarbeiten soll. Sie sollen eigene Projekte schaffen und in die erfolgreiche Umsetzung bringen. Das Land Rheinland-Pfalz hat hierfür mehrere Millionen Euro auf ca. 10 Jahre angesetzt. Die 11 Kommunen sollen mit Hilfe einer Leitstruktur entsprechende brauch- und umsetzbare Ergebnisse erarbeiten, die die Destination „Mitten am Rhein“ als wirkungsvolle Marke implizieren.



- **Sind Metropolregionen wie Köln/Bonn Bedrohung oder können wir von ihnen partizipieren?**

Die Städte Köln, Bonn und Koblenz sind Metropolen am Rhein mit einer großen Strahlkraft, welche schon vor mehreren 1000 Jahren die Menschen am Strom des Rheins haben ansiedeln lassen. Geschichtlich und touristisch sind sie sehr wertvoll und bereichern unser Mittelrheintal. Unsere kleinen Rheinortschaften liegen romantisch genau zwischen diesen Metropolen oder sagen wir mal Großstädten. Sie bieten unseren Menschen Lohn und Brot, den Besuchern abwechslungsreiche Sehenswürdigkeiten. Deshalb benötigen wir diese Ankerpunkte, alleine schon aus wirtschaftlichen Gründen heraus. Auch unsere rheinische Sprache und das rheinländische Kulturgut sind nicht von den Großstädten zu trennen. Insofern ein klares Nein auf die oben gestellte Frage. Wirtschaftlich sind die Metropolen für uns enorm wichtig. Wir partizipieren insofern, dass wir günstigere Wohn- und Gewerbeflächen anbieten können. Viele Unternehmen sehen an unserem Standort am Mittelrhein gute Möglichkeiten einer Unternehmensansiedlung. Auch die Mitarbeiter, die in den größeren Städten arbeiten, können sich keine Baugrundstücke in Bonn oder Köln leisten. Für junge Familien bieten wir hier sehr gute vor allem bezahlbare Alternativen. Das Freizeitangebot und das kulturelle Leben ist in unserer Verbandsgemeinde, besonders durch das Vereinsleben, sehr abwechslungsreich und vielseitig. Die Nähe zu den benachbarten Großstädten mit einer guten verkehrlichen Infrastruktur lässt hier keine Wünsche übrig. Der ländliche Charakter und die Gemütlichkeit unserer Heimat ist auch Alleinstellung für ruhesuchende Touristen oder auch Bürgerinnen und Bürger, die die Idylle wertschätzen und den Großstadttrubel eher meiden. Die angrenzenden Weinberge und die Wälder sind Zufluchtsorte für Wanderer und Freizeitliebende. Die Nähe zur Stadt Köln, Bonn oder auch Koblenz ist für die Bewohner in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen ein Segen. Für den Erholungswert vieler, heute doch eher durch den Alltag gestressten Menschen, ist der Ausgleich zur Großstadt ein wunderbarer Gegenpol.



- **Was ist das Ziel der Verbandsgemeinde und wie soll sie sich zukünftig wirtschaftlich ausrichten?**

Jede Kommune hat die vordringliche Aufgabe für die Daseinsvorsorge seiner Mitmenschen, den Bürgerinnen und Bürgern alles zu tun, damit sich diese Menschen in geordneten Verhältnissen und im Gemeinwohl entfalten können. Also die Daseinsverpflichtung ist auszuüben. Dazu gehört auch eine gute Basis für eine wirtschaftliche Grundlage zu schaffen, damit diese Menschen, die hier in unserer Region leben einen Verweilgrund haben, ihren Lebensunterhalt verdienen und dass die Kommune Steuereinnahmen aus angesiedelten Unternehmen generiert. Die regionale und kommunale Wirtschaftsförderung soll Bindeglied zwischen Verwaltung und Unternehmen sein. Sie berät den Unternehmer in allen Grundsatzfragen und versucht zwischen Verwaltung und Unternehmer zu vermitteln. Bei der Beratung von Grundstücksangelegenheiten oder Gründerfragen oder auch in baurechtlichen Angelegenheiten vermittelt der Wirtschaftsförderer die Ergebnisse, stimmt dies mit den Fachgremien ab und leitet diese an das Unternehmen weiter. Diese Tätigkeit kommt einem Lotsendienst nahe, da der Unternehmer in der Regel keine Zeit findet sich um diese Dinge zu kümmern. Ziel ist es, dass der Unternehmer seine kostbare Zeit nur und ausschließlich seinem Unternehmen widmet. Wirtschaftsförderer sind auch Kümmerer. Sie erledigen die formalen Dinge, die der Unternehmer leisten müsste und nehmen ihm diese Last ab. Wirtschaftsförderer sind auch Visionäre, die z.B. Zukunftsszenarien für politische oder unternehmerische Entwicklungs- und Zukunftsmodelle als Lösungen anbieten können. Planspiele gemeinsam mit der Politik zu gestalten, um eine mögliche Zukunftsausrichtung herzuleiten, gehört zu den Aufgaben der Wirtschaftsförderung.



Fazit:

Die Wirtschaftsförderung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen, hat die Aufgabe Ansiedlungspolitik vorzubereiten, den politischen Handlungsverantwortlichen eine zukünftige wirtschaftliche Ausrichtung/Szenario als Beratungsgrundlage vorzubereiten, Unternehmen bestmöglich zur Seite zu stehen und demensprechend zu beraten. Die Handlungsfelder sollen immer dem Wohlwollen der Kommune als auch dem Unternehmen ausgerichtet sein. Ziel muss es sein, entsprechende Steuereinnahmen für die Kommune und das Allgemeinwohl der Gemeinde durch das Wohlergehen des jeweiligen Unternehmens zu generieren, Arbeitsplätze zu erhalten und alles zu tun, um Wohlstand und wirtschaftliche Zufriedenheit durch die Handlung des Wirtschaftsförderers der Gemeinde zukommen zu lassen.



Verbandsgemeindeverwaltung Bad Hönningen
Wirtschaftsförderung und Strukturentwicklung
Marktstraße 1
53557 Bad Hönningen
Zimmer: 1.11
Telefon: 02635-72-58
E-Mail: DOdenkirchen@bad-hoenningen-vg.de
Internet: www.bad-hoenningen-vg.de