

---

# Wirtschaftsförderung in Lehre und Praxis

Weitere Bände in dieser Reihe  
<http://www.springer.com/series/15091>

**Herausgeber:**

André Göbel  
FB Verwaltungswissenschaften  
Hochschule Harz  
Halberstadt, Deutschland

Die Buchreihe ergänzt das Studium der Wirtschaftsförderung an der Hochschule Harz und wurde unter der Leitung von Professor Dr. André Göbel in enger Kooperation mit Partnern aus der Wissenschaft und Praxis entwickelt. In einem modularen Aufbau werden Grundlagen-, Methoden- und Schlüsselkompetenzen vermittelt. Neue Bedingungen im kommunalen, regionalen und internationalen Standortwettbewerb erfordern eine moderne Verwaltungsinfrastruktur mit ausgezeichnet qualifiziertem Nachwuchs an Fach- und Führungspersonal. Eine hohe Serviceorientierung, effektive Methoden und Technologien und eine immer stärkere Verzahnung mit der kommunalen Entwicklung prägen das Bild der heutigen Wirtschaftsförderung. Als Bindeglied zwischen Verwaltungen und Unternehmen bieten Wirtschaftsförderungen ein vielseitiges Tätigkeitsfeld. Buchreihe und Zertifikatskurs richten sich an MitarbeiterInnen aus der Wirtschaftsförderung, der kommunalen Verwaltung sowie an politische Mandatsträger und an Interessierte aus ähnlichen Berufsfeldern.

---

Jörg Lahner • Frank Neubert

# Einführung in die Wirtschaftsförderung

Grundlagen für die Praxis

Jörg Lahner  
Fakultät R  
HAWK  
Göttingen, Deutschland

Frank Neubert  
Wirtschaftsförderung  
Stadt Senftenberg  
Brandenburg, Deutschland

Wirtschaftsförderung in Lehre und Praxis

ISBN 978-3-658-12119-8

ISBN 978-3-658-12120-4 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-12120-4

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Lektorat: Stefanie Brich

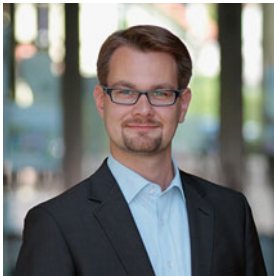
Coverdesign: deblik Berlin unter Verwendung der Grafik der © Hochschule Harz

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

---

## Reihenvorwort des Herausgebers



Prof. Dr. André Göbel  
(Foto: Hochschule Harz)

Der vorliegende erste Band in der neuen Schriftenreihe zur „Wirtschaftsförderung in Lehre und Praxis“ soll einen Beitrag zur weiteren Professionalisierung der kommunalen Wirtschaftsförderung im deutschsprachigen Raum leisten. Die Schriftenreihe ist dabei prominent eingebettet in die Entwicklungen und angewandt-wissenschaftlichen Auseinandersetzungen beteiligter Forscherinnen und Forscher am Fachbereich Verwaltungswissenschaften der Hochschule Harz auf dem Campus Halberstadt in Sachsen-Anhalt.

Die Profilierung des Forschungs- und Ausbildungsbereichs im interdisziplinären Themencluster der Wirtschaftsförderung wurde durch die Externalisierung der nicht-technischen Ausbildung zum gehobenen Verwaltungsdienst im Jahre 1997 in Sachsen-Anhalt möglich – ein damaliges Innovationsmodell zur Öffnung der Verwaltungsausbildung und Überführung in eine öffentliche Hochschule. Bis heute wird diese Vorgehensweise als „Halberstädter Modell“ bezeichnet und wurde in späteren Jahren auch von anderen deutschen Bundesländern umgesetzt (Bundesvereinigung Hochschullehrerbund 1998, S.21). Diese Öffnung der Ausbildung ließ erstmals eine breitere Denomination der Professuren und damit auch eine Ausweitung der Ausbildung zu. Mit der Berufung des heutigen Dekans Prof. Dr. Stemmer auf die Professur für Verwaltungswissenschaften im Jahre 1999 folgte ein erfahrener Wirtschaftsförderer dem Ruf an die Ausbildungsstätte im Harz. Auch durch andere Kolleginnen und Kollegen wurden immer wieder Themen der kommunalen Wirtschaftsförderung in die Ausbildung integriert.

Aus diesem Nukleus heraus entstanden erste Forschungsprojekte bis hin zum Aufbau des heute bundesweit viel beachteten Labors für angewandte IT in der Wirtschaftsförderung. Dieses „Wirtschaftsförderungslabor“ führt inzwischen vertraglich mehr als 50 kommunale Wirtschaftsförderungen und die deutschen Marktführer von System- und Beratungslösungen für Wirtschaftsförderungen als Partner zusammen. Hier werden seit dem Jahr 2011 in einer einzigartigen Gemeinschaft neue Methoden und Technologien im

Anwendungsfeld der Wirtschaftsförderung analysiert, diskutiert und im Praxiseinsatz erprobt. Hinzu kam im Jahr 2013 der Aufbau eines zugehörigen Lehlabors zur besseren Verzahnung von Forschung und Ausbildung (vgl. Göbel 2014).

Diese Leistungen wurden durch eine erfolgreiche Teilnahme am Wettbewerb „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ honoriert. Hierdurch werden seit 2014 mit Förderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, kofinanziert durch die Europäische Union mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds, erste Zertifikatskurse zur berufsbegleitenden Weiterbildung in der Wirtschaftsförderung realisiert. Ab dem Wintersemester 2016/2017 werden diese geförderten Weiterbildungsangebote nachhaltig zu einem berufsbegleitenden und modular angebotenen Masterstudium an der Hochschule Harz zusammengeführt. Hierdurch wird die Hochschule Harz der bestehenden Nachfrage gerecht, welche die vorliegenden Anfragen und die bisherigen Teilnehmer von der Geschäftsführungsebene bis zur Sachbearbeitung bestätigen.

Um diesen Ausbildungsbeitrag zur Professionalisierung des Berufsbilds der Wirtschaftsförderinnen und Wirtschaftsförderer weiter zu stärken, werden mit der vorliegenden Schriftenreihe die gewonnenen Erkenntnisse aus Lehre und Praxis sowohl als Printmedium sowie auch in Form von digitalen Auszügen über moderne Kommunikationskanäle verfügbar gemacht. Die aktuell in sehr kurzen Zyklen produzierten Bände dieser Schriftenreihe folgen dem modularen Ausbildungsziel des oben genannten Zertifikatsstudiums an der Hochschule Harz. In diesem Rahmen werden je vier Bände mit dem Schwerpunkten Verwaltungswissenschaft, Geografie/Raumplanung sowie Wirtschaftswissenschaft entwickelt und in kurzen Abständen veröffentlicht. Somit soll eine modulare Weiterbildung für aktuell häufig vertretene Berufsgruppen in der kommunalen Wirtschaftsförderung ermöglicht werden. Hierzu gehören vor allem Geografinnen und Geografen mit möglichen Weiterbildungsbedarfen in Verwaltung und Wirtschaft, Soziologinnen und Soziologen sowie Studierende mit einem Abschluss in den Verwaltungswissenschaften mit jeweiligen Weiterbildungsbedarfen in Geografie und Wirtschaft sowie Studierende der Volks- oder Betriebswirtschaft mit denkbaren Weiterbildungsbedarfen in Verwaltung und Geografie. Diese Bedarfe sollen mit der vorliegenden Schriftenreihe zur Wirtschaftsförderung in Lehre und Praxis aufgenommen und bearbeitet werden. Gleichmaßen gelten alle nachfolgenden Kernveröffentlichungen gleichzeitig als Basislektüre für das künftige Masterstudium zur Wirtschaftsförderung sowie den Zertifikatskursen zur Wirtschaftsförderung an der Hochschule Harz. Die vorliegende Schriftenreihe umfasst dabei perspektivisch folgende Bände:

Im Spektrum „Verwaltungswissen für Wirtschaftsförderer“ erscheinen:

- Grundlagen der Wirtschaftsförderung
- Steuerung, Methoden und Netzwerke in der Wirtschaftsförderung
- Serviceorientierte Verwaltung und Wirtschaftsförderung
- Neue Technologien in der Wirtschaftsförderung

Zum Themencluster „Geografie und Raumplanung für Wirtschaftsförderer“ erscheinen:

- Entwicklung und Regionalökonomie in der Wirtschaftsförderung
- Wissen- und Innovationsgeografie in der Wirtschaftsförderung
- Standortmanagement in der Wirtschaftsförderung
- Standortmarketing in der Wirtschaftsförderung

Im Bereich „Wirtschaftswissen für Wirtschaftsförderer“ werden aktuell vorbereitet (Arbeitstitel):

- Existenzgründung und Existenzförderung in der Wirtschaftsförderung
- Unternehmensfinanzierung und -förderung aus Sicht der Wirtschaftsförderung
- Unternehmensführung und Innovation aus Sicht der Wirtschaftsförderung
- Unternehmensführung und Wandel aus Sicht der Wirtschaftsförderung

Neben diesen Aspekten werden auch Querschnittsthemen in die Reihe einfließen, wie zum Beispiel aktuelle Themen der Strategieentwicklung zur Organisation der Wirtschaftsförderung und weitere Aspekte.

Mit all diesen thematischen Facetten soll ein Beitrag zur breiten öffentlichen Diskussion über die Chancen der Professionalisierung sowie über die notwendigen Kompetenzen, Ausstattungen und künftigen Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung geleistet werden. Ich freue mich daher Ihnen als Leserin und Leser nun gemeinsam mit Prof. Dr. Jörg Lahner und Frank Neubert diesen Einstiegs- und Übersichtsband in der neuen Schriftenreihe zur Wirtschaftsförderung in Lehre und Praxis anbieten zu können. Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen und wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Ihr

**Prof. Dr. André Göbel**

Vertreter der Professur für Verwaltungsmanagement und Wirtschaftsförderung, Hochschule Harz, Leiter der Labore für angewandte IT in der Wirtschaftsförderung

---

## Literatur

- Bundesvereinigung Hochschullehrerbund. (1998). Halberstädter Modell der FH Harz ist bundesweit einzigartig. *Die neue Hochschule* 39(1).
- Göbel, André. (2014). Möglichkeiten einer gezielten Förderung der Zusammenarbeit von Hochschulen, Wirtschaft und Verwaltung. Darstellung am Beispiel des Aufbaus eines Innovationslabors für Wirtschaftsförderung an der Hochschule Harz. In: Lück-Schneider, Dagmar, & Kraatz, Erik (Hrsg.), *Kompetenzen für zeitgemäßes Public Management*. HWR Forschung Bd.56/57. Berlin: Edition Sigma Verlag.



---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einführung</b> .....	1
1.1 Problemhintergrund und Aktualität .....	1
1.2 Ziele des Moduls und Ausrichtung(en).....	2
1.3 Literatur- und Materialienüberblick.....	2
Literatur.....	3
<b>2 Grundlagen und Strukturen der Wirtschaftsförderung</b> .....	5
2.1 Baustein 1: Geschichte und Gegenwart der Wirtschaftsförderung .....	6
2.1.1 Ursprünge der Wirtschaftsförderung in Deutschland .....	6
2.1.2 Wirtschaftsförderung nach dem Zweiten Weltkrieg .....	8
2.1.3 Wirtschaftsförderung als Instrument zum Abbau der Disparitäten.....	9
2.1.4 Wirtschaftsförderung als Reaktion auf raumwirksame Megatrends.....	14
2.1.5 Wirtschaftsförderung und Lage der öffentlichen Haushalte .....	15
2.2 Baustein 2: Handlungsfeld Globalisierung .....	18
2.2.1 Globalisierung – eine erste Annäherung.....	18
2.2.2 Globalisierung und ihre vielfältigen Folgen .....	19
2.2.3 Treiber der Globalisierung .....	23
2.2.4 Globalisierung als Handlungsfeld für die Wirtschaftsförderung .....	24
2.3 Baustein 3: Handlungsfeld Demografischer Wandel .....	26
2.3.1 Herausforderung demografischer Wandel – Grundlagen.....	26
2.3.2 Herausforderung Fachkräftemangel.....	29
2.3.3 Fachkräftesicherung als Herausforderung der Wirtschaftsförderung .....	31
2.4 Baustein 4: Rechtliche Rahmenbedingungen und Grenzen der Wirtschaftsförderung .....	34
2.4.1 Eigenständige Wirtschaftsförderung der Kommunen .....	35
2.4.2 Rechtliche Grenzen von Wirtschaftsförderaktivitäten .....	35

2.5	Baustein 5: Grundlagen der aktiven kommunalen Wirtschaftsförderung: Begriffe, Träger, Aufgaben .....	39
2.5.1	Kommunale Wirtschaftsförderung – eine begriffliche Einordnung.....	39
2.5.2	Partner der Wirtschaftsförderung .....	41
2.5.3	Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung.....	44
2.5.4	Integrierte Wirtschaftsförderung als Lösungsansatz.....	45
2.6	Baustein 6: Organisationsstruktur der Wirtschaftsförderung .....	47
2.6.1	Rolle und Organisation der Wirtschaftsförderung .....	47
2.6.2	Organisation innerhalb der Verwaltung .....	49
2.6.3	Stellenbeschreibungen gemäß der i.R. stehenden Verwaltungsstruktur .....	50
2.6.4	Alternative Organisationsstruktur/Wirtschaftsförderergesellschaften/ GmbH.....	53
2.6.5	Integrierte Wirtschaftsförderung im Kommunalverbund – das Beispiel „Westlausitz“ .....	55
2.6.6	Der Idealfall im Innenverhältnis .....	57
2.7	Baustein 7: Leitbild, Standortanalyse, Wettbewerbssituation.....	58
2.7.1	Leitbildentwicklung .....	58
2.7.2	Wirtschaftsförderliche Belange einbringen .....	59
2.7.3	Leitbild der Wirtschaftsförderung.....	59
2.7.4	Bewertung des Standortes/Standortanalyse .....	62
2.7.5	Ermittlung der Standortfaktoren .....	63
2.7.6	Stärken-Schwächen-Erkennung.....	63
2.7.7	SWOT-Analyse am Beispiel Senftenberg 2013 .....	64
2.7.8	Vermarktung des Wirtschaftsstandortes nach der SWOT-Analyse .....	65
2.7.9	Wettbewerbssituation .....	67
2.8	Baustein 8: Unternehmerische Standortentscheidungen.....	69
2.8.1	Arten der Standortentscheidung.....	69
2.8.2	Standortfaktoren als Kriterien der Standortwahl .....	70
2.8.3	Standortwahl als Prozess.....	73
2.9	Baustein 9: Politische Handlungsfelder .....	76
2.9.1	Wirtschaftsförderung in allen Wahlprogrammen.....	76
2.9.2	Rechte und Pflichten der Kreistagsabgeordneten/ Stadtverordneten/Gemeinderäte.....	76
2.9.3	Kommunalpolitische Entscheidungen im Bereich gewerblicher Grundstücke .....	77
2.9.4	Umsetzung eines Kaufantrages zum Erwerb eines gewerblichen Grundstückes am Beispiel der Stadt Senftenberg .....	79
2.9.5	Die politische Bedeutung von Investitionszusagen.....	82

---

2.9.6	Politische Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung zu Angelegenheiten der Landes – und Bundespolitik .....	83
2.9.7	Bedeutung des Bundes – z. B. für Infrastrukturmaßnahmen .....	84
2.10	Baustein 10: Strategische Planung und zentrale Aufgabenfelder .....	87
2.10.1	Steuerungsplan für die Zukunft eines Standortes .....	87
2.10.2	Rahmenbedingungen und Grundlagen der Strategie .....	89
2.10.3	Strategische Grundlinien.....	90
2.10.4	Strategische Handlungsfelder .....	91
2.10.5	Servicestelle Wirtschaftsförderung.....	91
2.10.6	Unternehmensbesuche als Kernaufgabe .....	92
2.10.7	Management der Unternehmensdatenbank.....	93
2.10.8	Beratungsaufgaben für Existenzgründer und bestehende Unternehmen bei Neugründungen und Fördermitteln.....	93
2.10.9	Standortplanung und – Standortentwicklung.....	94
2.10.10	Gewerbeflächenmanagement .....	94
2.10.11	Stadt – und Standortmarketing .....	95
2.10.12	Verwaltungstechnische und finanzielle Grundausstattung einer Wirtschaftsförderung .....	96
2.11	Baustein 11: Strategische Ansiedlungspolitik .....	101
2.11.1	Wer sind „meine“ Investoren? .....	101
2.11.2	Wie erreiche ich die passenden Investoren? .....	102
2.11.3	Wie erkennen mich die Investoren?.....	103
2.11.4	Welche Ansprache interessiert mögliche Investoren? .....	103
2.11.5	Erstkontakt und Standortdarstellung.....	106
2.11.6	Grundstücksunterlagen und Investorenmappe .....	108
2.11.7	Folgeberatung und Ämterkonferenz .....	108
2.11.8	Kaufvertrag und Aktivitäten bei Baubeginn.....	109
2.11.9	Wohnen und Wohlfühlen am Standort .....	109
2.12	Baustein 12: Bestandspflege .....	111
2.12.1	Hauptinhalte der Bestandspflege .....	112
2.12.2	Aktivitäten der Bestandspflege: Beispiele aus der Praxis.....	112
2.12.3	Bestandspflege – Wirtschaftskreisläufe aktivieren .....	115
2.12.4	Umsetzung und Verhaltunghandeln .....	117
2.13	Baustein 13: Konflikte, Netzwerke und Kooperationen.....	118
2.13.1	Zuständigkeiten in der Organisationsstruktur.....	118
2.13.2	Konflikte im Bereich Liegenschaften .....	118
2.13.3	Konflikte im Bereich Stadtplanung.....	119
2.13.4	Konflikte im Bereich Kämmerei.....	120
2.13.5	Konflikte in den Bereichen Ordnungsbehörde und Bauamt .....	121
2.13.6	Konflikte der Wirtschaftsfördergesellschaften.....	122
2.13.7	Konfliktmanagement.....	123
2.13.8	Schnelle Einnahmen oder langfristige Strategien?.....	123

2.13.9	Interkommunale Zusammenarbeit .....	124
2.13.10	Netzwerke der Wirtschaftsförderung .....	126
2.14	Baustein 14: Öffentlichkeits- und Pressearbeit .....	127
2.14.1	Aufgabenverteilung in der Organisationsstruktur .....	127
2.14.2	Pressearbeit in Wirtschaftsförderergesellschaften .....	128
2.14.3	Der Idealfall in der Öffentlichkeits- und Pressearbeit .....	128
2.14.4	Kontaktdatenbank .....	129
2.14.5	Medienkontaktaufnahme und – pflege .....	129
2.14.6	Aufbau einer Presseinformation .....	130
2.14.7	Presseinformationen, Werbeaktionen und Kampagnen .....	134
2.14.8	Korrekturen und Richtigstellungen .....	136
2.14.9	Überregionale Publicity .....	137
2.15	Baustein 15: Nachhaltige Ideenumsetzung und Marketingstrategien .....	138
2.15.1	Kreativität und Eigeninitiative gefragt – Richtlinien und Aufgabenfestschreibungen fehlen .....	138
2.15.2	Ideen und Aktionen am Beispiel Senftenberg (ca. 25.000 Einwohner) .....	139
2.15.3	Effekte für den Arbeitsmarkt in der Stadt Senftenberg .....	144
2.15.4	Hardfacts der Stadt Senftenberg .....	145
2.15.5	Softfacts der Stadt Senftenberg .....	145
2.15.6	Weitere Effekte und Erfolge .....	146
2.15.7	Netzwerke und Partner .....	146
2.15.8	Erreichbare Zielstellungen .....	147
2.15.9	Herausforderungen und Probleme der regionalen Wirtschaft .....	147
	Literatur .....	150
<b>3</b>	<b>Abschlusskontrolle .....</b>	<b>151</b>
3.1	Abschließende Kontrollfragen .....	151
3.1.1	Aufgabe 1: Strategie und Planung in der Wirtschaftsförderung .....	151
3.1.2	Aufgabe 2: Marketingkonzept für Revitalisierungsaktivitäten .....	152
3.1.3	Standortsicherung für Innenstadthändler .....	153

---

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1	Ferdinand von Steinbeis (Quelle: <a href="http://www.steinbeis.de/wir-ueber-uns/historie/ferdinand-von-steinbeis.html">http://www.steinbeis.de/wir-ueber-uns/historie/ferdinand-von-steinbeis.html</a> (Stand: 25.1.2014)) .....	7
Abb. 2.2	BIP pro Einwohner als Indikator für Disparitäten in Europa (Quelle: <a href="http://ec.europa.eu/eurostat/statistical-atlas/gis/viewer/">http://ec.europa.eu/eurostat/statistical-atlas/gis/viewer/</a> (Stand: 25.01.2016)) .....	12
Abb. 2.3	Regionale Disparitäten am Beispiel Arbeitslosigkeit. Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit .....	13
Abb. 2.4	Megatrends für die Wirtschaftsförderung (Eigene Darstellung).....	14
Abb. 2.5	Grundsätzliche finanzwirtschaftliche Zusammenhänge (Eigene Darstellung) .....	16
Abb. 2.6	Verschuldung von Bund, Ländern, Gemeinden und Sozialversicherungen. Quelle: <a href="https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/OeffentlicheFinanzenSteuern/OeffentlicheFinanzen/Schulden/Tabellen/SchuldenNichtOeffentlich_Insgesamt.html">https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/OeffentlicheFinanzenSteuern/OeffentlicheFinanzen/Schulden/Tabellen/SchuldenNichtOeffentlich_Insgesamt.html</a> (Stand: 20.01.2016) .....	17
Abb. 2.7	Folgen der Globalisierung für die deutsche Wirtschaft. Quelle: <a href="https://www.vci.de/Downloads/Media-Weitere-Downloads/2013_01_16_VCI-Factbook_06_07_Umfrage_Globalisierung_Wirtschaft.jpg">https://www.vci.de/Downloads/Media-Weitere-Downloads/2013_01_16_VCI-Factbook_06_07_Umfrage_Globalisierung_Wirtschaft.jpg</a> (Stand: 28.01.2014).....	20
Abb. 2.8	Globalisierung aus persönlicher Sicht. Quelle: <a href="https://www.vci.de/Downloads/Media-Weitere-Downloads/2013_01_16_VCI-Factbook_06_06_Umfrage_Globalisierung_persoendlich.jpg">https://www.vci.de/Downloads/Media-Weitere-Downloads/2013_01_16_VCI-Factbook_06_06_Umfrage_Globalisierung_persoendlich.jpg</a> (Stand: 28.01.2014) .....	21
Abb. 2.9	Wesentliche Treiber der Globalisierung (Eigene Darstellung).....	24
Abb. 2.10	Geburtenüberschüsse und -defizite. Quelle: Statistische Bundesamt, <a href="https://www-genesis.destatis.de/gis/genView?GenMLURL=https://www-genesis.destatis.de/regatlas/AI002-1.xml&amp;CONTEXT=REGATLAS01">https://www-genesis.destatis.de/gis/genView?GenMLURL=https://www-genesis.destatis.de/regatlas/AI002-1.xml&amp;CONTEXT=REGATLAS01</a> .....	28
Abb. 2.11	Bevölkerungswachstum nach Kreisen 2012–2035 ( <a href="http://www.demografie-portal.de/SharedDocs/Informieren/DE/ZahlenFakten/Bevoelkerungswachstum_Kreise_Prognose.html">http://www.demografie-portal.de/SharedDocs/Informieren/DE/ZahlenFakten/Bevoelkerungswachstum_Kreise_Prognose.html</a> ) .....	30

Abb. 2.12	Fachkräftesicherung (Eigene Darstellung) .....	32
Abb. 2.13	Auszug aus der Stellungnahme der IMK vom 27.4.1981. Quelle: <a href="http://www.schleswig-holstein.de/IM/DE/KommunalesSport/KommunaleFinanzen/">http://www.schleswig-holstein.de/IM/DE/KommunalesSport/ KommunaleFinanzen/</a> .....	36
Abb. 2.14	Kommunale Wirtschaftsförderung als Teil der Verwaltung (Eigene Darstellung) .....	40
Abb. 2.15	Externe Partner der kommunalen Wirtschaftsförderung (Eigene Darstellung) .....	41
Abb. 2.16	Übersicht über weitere Akteure der Wirtschaftsförderung (Eigene Darstellung) .....	42
Abb. 2.17	Ressourcengrenze von Wirtschaftsförderaktivitäten (Eigene Darstellung) .....	45
Abb. 2.18	Organisation der kommunalen Wirtschaftsförderung (Quelle: Difu) .....	48
Abb. 2.19	Typische Stabstellenstruktur (Eigene Darstellung) .....	50
Abb. 2.20	Leitbildbeteiligungen .....	60
Abb. 2.21	Investorenverhalten in Deutschland 1. Quelle: expert consult .....	68
Abb. 2.22	Investorenverhalten in Deutschland 2. Quelle: expert consult .....	68
Abb. 2.23	Kontinuum weicher und harter Standortfaktoren (nach Grabow et al. 1995) .....	72
Abb. 2.24	Standortentscheidung als Prozess (Eigene Darstellung) .....	74
Abb. 2.25	Standortwahl als Stufenmodell (Eigene Darstellung) .....	75
Abb. 2.26	Beispiel für Inhalte von Beschlussvorlagen (Eigene Darstellung) .....	79
Abb. 2.27	Servicestelle Wirtschaftsförderung (Eigene Darstellung) .....	92
Abb. 2.28	Inhalte Grundausstattung der kommunalen Wirtschaftsförderung (Eigene Darstellung) .....	96
Abb. 2.29	Werbepylone an den Stadteingängen (Stadt Senftenberg, Frank Neubert) .....	107
Abb. 2.30	Vision Lagune Sedlitz (Zweckverband Lausitzer Seenland BB, Stadt Senftenberg) .....	107
Abb. 2.31	Künftige kommunale Einnahmestrukturen (Eigene Darstellung) .....	115
Abb. 2.32	Steuereinnahmen im Vergleich zum „Ländle“ .....	116
Abb. 2.33	Wirtschaftsförderung muss vielfältige Interessen beachten und vertreten (Eigene Darstellung) .....	122
Abb. 2.34	Kontaktdatenbank (Eigene Darstellung) .....	130
Abb. 2.35	Fünf Bestandteile einer Pressemitteilung (Eigene Darstellung) .....	131
Abb. 2.36	Beispiel einer Vorlage-Pressemitteilung (eigenes Dokument) .....	133
Abb. 2.37	Pressefoto Lagune Sedlitz (Zweckverband Lausitzer Seenland BB, Stadt Senftenberg) .....	134
Abb. 2.38	Beispiel einer überregionalen Berichterstattung Immobilien Zeitung vom 16.02.2012 .....	135
Abb. 2.39	Kommune des Jahres 2014 (eigenes Dokument) .....	149

---

## Tabellenverzeichnis

Tab. 2.1	Indikatoren für regionale Disparitäten (Eigene Darstellung).....	11
Tab. 2.2	Ungenutzte Fachkräftepotenziale (Eigene Darstellung) .....	33
Tab. 2.3	Organisationsoptionen der Wifö im Vergleich (Eigene Darstellung, in Anlehnung an Dallmann und Richter 2012, S. 63) .....	54
Tab. 2.4	SWOT-Analyse am Beispiel Senftenberg (Eigene Darstellung) .....	65
Tab. 2.5	Kriterien der unternehmerischen Standortentscheidung (Eigene Darstellung) .....	71