

Teil I Einführung – Ein Award in Krisenzeiten

1 Der Award „Innovative Wirtschaftsförderungen“ 2022:	
Mit Wettbewerb zur besseren Bewältigung von Krisen?	3
Jürgen Stember	
1.1 Innovationen	4
1.2 Innovationen in der Wirtschaftsförderung	6
1.3 Der Award „Innovative Wirtschaftsförderungen“ im Jahr 2022	10
1.4 Die Prämierung und die Ergebnisse des Awards 2022	13
Literatur	28
2 Kommunale Wirtschaftsförderung in schwerer See – Zwischen	
Krisen, Aufgabenwandel und Innovationsstrategien	29
Jürgen Stember und Emanuel Hesse	
2.1 Einführung – Das WiföLAB und seine „Krisenstudien“	29
2.2 Die Folgen und Auswirkungen der Pandemie	30
2.3 Unterstützungswünsche der Wirtschaftsförderungen	32
2.4 Auswirkungen auf die Arbeit der Wirtschaftsförderungen	35
2.5 Veränderte Aufgabenprofile	35
2.6 Strategien und ihr Wandel	37
2.7 Handlungsempfehlungen	41

Teil II Innovative Ansätze in den großen Städten

3 TechHub.K67 – Mit einem ausgeprägten Netzwerkgedanken	
Startups am Standort Düsseldorf unterstützen	45
Ella Gemünd und Theresa Winkels	
3.1 Einleitung	45
3.2 Warum Startups für den Wirtschaftsstandort Düsseldorf?	46
3.3 An einem Tisch: Welche Netzwerke den TechHub.K67 möglich machen	48
3.4 Ziele und Ausgangspunkt des TechHub.K67	49
3.5 Finanzierung	51

3.6 Erste Erfahrungswerte und Ausblick	53
Literatur	54
4 Agil und ergebnisorientiert – Umsetzung einer partizipativen Führung mittels der OKR-Methode in der Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Stuttgart	55
Bernhard Grieb, Iris Gebauer und Marie Enderle	
4.1 Ausgangslage und Veränderungsdynamik des Wirtschaftsgeschehens in einer VUCA Welt	55
4.2 OKR als Methode	57
4.3 Arbeiten mit der OKR-Methode in einer kommunalen Wirtschaftsförderung	61
4.4 Umsetzung von OKR bei der Wirtschaftsförderung Stuttgart	62
4.5 Fazit	70
Literatur	71
5 Pop-up-Store F11 – Raum für Start-ups, Gründerinnen und Gründer in Erfurt	73
Vera Golenia	
5.1 Das Konzept	74
5.2 Die Mietbedingungen	74
5.3 Die Bewerberauswahl	75
5.4 Praxis – Motivations- und Resilienzkonzept	75
5.5 Öffentlichkeitsarbeit	79
Literatur	80
6 Förderung von Social Entrepreneurship und Sozialunternehmertum in Bremen	81
Tamara Kassow	
6.1 Sozialunternehmen raus aus der Nische holen	81
Literatur	93
7 WERK X Startup Inkubator Bochum – Erfolgsfaktoren und Funktionsweisen von Inkubatoren	95
Maurice Reinhard	
7.1 Einleitung	95
7.2 Theoretische Grundlagen	96
7.3 Das Praxisbeispiel WERK X Startup Inkubator Bochum	101
7.4 Fazit	105
Literatur	106
Teil III Innovative Ansätze in den Städten und Gemeinden	
8 Anspruchsvolle Vermarktung und Entwicklung des modernsten Gewerbegebiets in Südwestfalen – Menden	111
Tim Behrendt	
8.1 Das modernste Gewerbegebiet in Südwestfalen	111

8.2	Vergabekriterienorientierte Vermarktung	115
8.3	Qualität vor Geschwindigkeit	119
9	Best Practice Pop-up Stores Freudenstadt – Marke, Image, Leerstandsreduzierung und Belebung einer Innenstadt	123
	Tanja Götter, Jasmin Schmieder und Elke Latscha	
9.1	Ausgangssituation	123
9.2	Definition Pop-up Store	124
9.3	Ausgangslage Standort Freudenstadt	125
9.4	Projektbeschreibung Pop-up Stores Freudenstadt	127
9.5	Evaluation	132
	Literatur	133
10	Wirtschaftsschau Ahaus – Auftrieb für die Region	135
	Katrin Damme und Helena Frieling	
10.1	Vorwort	135
10.2	Was ist eine Gewerbeschau?	136
10.3	Industrietage Ahaus	136
10.4	Neuer Name – Wirtschaftsschau Ahaus	136
10.5	Dann kam Corona	137
10.6	Fakten rund um die Wirtschaftsschau	137
10.7	Neues Konzept – Wirtschaftsschau Ahaus	138
10.8	Bewährtes auf der Wirtschaftsschau	145
10.9	Fazit der Wirtschaftsschau	147
	Literatur	149
11	Erste Gemeinwohl-bilanzierte Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft in Deutschland – Bornheim, Metropolregion Köln/Bonn	151
	Paul Corrales-Braun, Frederik Eilts, Sabine Malzbender und Joachim Strauß	
11.1	Das Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie in der kommunalen Wirtschaftsförderung	152
11.2	Das Innovationspotenzial des Gemeinwohl-Bilanzierungsprozesses für Unternehmen	152
11.3	Aufbau und Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz	153
11.4	Folgen des Gemeinwohl-Bilanzierungsprozesses in der WFG Bornheim	157
	Literatur	160
12	ReNEWSance – Eine langfristige Strategie zur Neudeinition von „Innenstadt“	163
	Jessica Lietzau, Holger Rabe und Serge Enns	
12.1	Stadthagen – ein Mittelzentrum zwischen reicher Kultur und schwacher Struktur	164
12.2	Eine Innenstadt unter Veränderungsdruck – Warum gleich ein Prozess nötig ist	165

12.3	No Quick-Wins please: Langfristige Strategie vs. schnell Sichtbares.....	166
12.4	„Das haben die anderen, das wollen wir auch!“ oder aber „Ich habe da mal eine Idee.“	168
12.5	ReNEWSance – nicht nur eine Hommage an die Renaissance ...	168
12.6	Was folgt? Nach dem Projekt ist vor dem Projekt oder die Strategie der kaskadierenden Kulissen.....	180
12.7	Learnings	180
12.8	Fazit	183
13	Nachhaltige Gesamtentwicklungsstrategie der Verbandsgemeinde Hermeskeil	185
	Stefanie Schömer	
13.1	Nachhaltige Gesamtentwicklungsstrategie der Verbandsgemeinde Hermeskeil	185
	Literatur.....	203
Teil IV Innovative Ansätze in den Landkreisen und Regionen		
14	Die Digitale Ehrenamtsagentur der Wirtschaftsförderungsgesellschaft St. Wendeler Land mbH	207
	Julian Schneider	
14.1	Einleitung.....	208
14.2	Einordnung der digitalen Ehrenamtsagentur in das Bundesmodellprojekt „Hauptamt stärkt Ehrenamt“	210
14.3	Projektziele, -strategien und -strukturen	211
14.4	Handlungsfelder.....	213
14.5	Beitrag zur Krisenresilienz.....	217
14.6	Fazit	220
	Literatur.....	222
15	Das RegioBoard als Informations-, Planungs- und Steuerungsinstrument im Kreis Gütersloh – Strukturdaten als Ausgangspunkt für Entwicklungsstrategien.....	225
	Ute Niermann, Britta Stöver, Christian Hahn und Anna Niehaus	
15.1	Einleitung und Ausgangslage.....	226
15.2	Anforderungen und Ziele des weiterentwickelten RegioBoards.....	227
15.3	Technische Umsetzung.....	228
15.4	Methodik	229
15.5	Nutzen des RegioBoards	233
15.6	Fazit	234
	Literatur.....	235

16	Mind the gap: Fachkräfte-Matching in der Region Hildesheim	237
	Svenja Fuhrich und Matthias Ullrich		
16.1	Einleitung	238
16.2	Megatrends des Strukturwandels und ihr Einfluss auf die Fachkräftelücke in Standorten und Regionen	238
16.3	Entwicklungen und Folgewirkungen auf dem Arbeitsmarkt	244
16.4	Gestiegenes Handlungserfordernis kommunaler Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung für Standorte und Regionen	247
16.5	Die Matching-Plattform in der Region Hildesheim	248
	Literatur	255
17	Hände hoch fürs Handwerk – Handwerkszeit im Westerwaldkreis	257
	Katharina Schlag		
17.1	Die Kampagne „Hände hoch fürs Handwerk“	257
18	mehrWERT – Weiterbildungsverbund im ländlichen Raum	265
	Justus Brennecke, Linda Gutt und Anika Weiß		
18.1	Kurzbeschreibung des Projektes mehrWERT	265
18.2	Vorstellung der Handwerkskammer Hannover Projekt- und Servicegesellschaft mbH	266
18.3	Das Projekt mehrWERT aus der Sicht des Landkreises Hameln-Pyrmont	267
18.4	Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern	268
18.5	Ausführliche Darstellung des Projektes mehrWERT	269
18.6	Zielsetzungen des Projektes	271
18.7	Das Beratungskonzept	273
18.8	Austausch- und Netzwerkformate	274
18.9	Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation	275
18.10	Erfolgskontrolle und Nachhaltigkeit	277
19	Einführung einer virtuellen Innovationsplattform zur regionalen und internationalen Vernetzung in der Wirtschaftsförderung	281
	Frank Speer		
19.1	Einführung	282
	Literatur	292
20	Offensive Zukunft Ostwürttemberg	295
	Nadine Kaiser, Markus Schmid und Lisa Huurdeman		
20.1	Wirtschaftsregion Ostwürttemberg – Region für Talente und Patente	295
20.2	Die Offensive Zukunft Ostwürttemberg	299
20.3	Breiter Schulterschluss und Teilhabe am regionalen Strategieprozess	302
20.4	Die Region Ostwürttemberg formuliert ihre Ziele	304
20.5	Ausblick	310
	Literatur, Textnachweise	310

21 Zweckverband als Mittel zum Gewerbe- und Industrieflächenmanagement in der Wirtschaftsregion Kaiserslautern	311
Philip Pongratz, Matthias Vogelgesang und Tim Littig	
21.1 Wirtschaftsflächenmanagement	311
21.2 Der Zweckverband	314
21.3 Zweckverbände in der Region Kaiserslautern	315
Literatur	320