

Inhalt

Geleitwort	11
Vorwort	13
1 Grundlagen der Wirtschaftsförderung	17
1.1 Begriff der Wirtschaftsförderung	17
1.2 Historische Entwicklung	19
1.2.1 Vom Mittelalter bis zum ausgehenden 19. Jahrhundert	19
1.2.2 Entwicklung im 20. Jahrhundert	21
1.3 Rechtliche Grundlagen	25
1.4 Wirtschaftsförderung als „rationale“ Wirtschaftspolitik	30
2 Anforderungen an eine moderne Standortstrategie	33
2.1 Globalisierung als Rahmenbedingung	33
2.2 Neue Werte: Warum noch Wachstum?	36
2.3 Veränderte Standortbedingungen	37
2.4 Zielgruppen der Wirtschaftsförderung	43
2.5 Bedeutung der Wirtschaftsförderung	44
2.6 Nachhaltige Wirtschaftsförderung	46
3 Ziele der Wirtschaftsförderung	49
3.1 Verbesserung des Gemeinwohls	49
Dr. Ulrich Dewald: Nachhaltige Wirtschaftsförderung – Gestaltungsoptionen für zukunftsfähige Wirtschaftsstandorte	51
3.2 Arbeitsplatzentwicklung	58
3.3 Wirtschafts- und Finanzkraft	59
3.4 Entwicklung von Infrastruktur	59

3.5 Ausgewogene Wirtschaftsstruktur 60

3.6 Zielkonflikte 61

4 Analyse – Diagnose – Prognose 63

4.1 Vorgehensweise 63

 4.1.1 Begriffe 63

 4.1.2 Gewinnung von Daten und Informationen 68

**Sandra Wagner-Endres: Neue Wege zu einer
innovationsfähigen Wirtschaftsförderung 71**

 4.1.3 Benchmarking 78

4.2 Gegenstand der Analyse 78

 4.2.1 Bevölkerungsentwicklung 78

 4.2.2 Arbeitsmarktentwicklung 81

**Christian Ramm: Entwicklung des Arbeitsmarktes
seit ca. 2020 und Prognose 87**

 4.2.3 Wirtschaftsstruktur 92

 4.2.4 Unternehmensstruktur 101

 4.2.5 Infrastruktur 102

 4.2.6 Flächen und Immobilien 117

5 Maßnahmen der Standortentwicklung 127

5.1 Strategien 127

5.2 Flächen 130

5.3 Arbeitsmarkt und Beschäftigung 146

5.4 Ausbau der Infrastruktur 153

**Marion Effing & Dr. Klaus Effing: Digitalisierung
in der Wirtschaftsförderung 169**

5.5 Unternehmensansiedlung 181

5.6 Marketing, Kommunikation und Social Media 190

Dr. Michael Kausch: Wirtschaft fördern mit Social Media Marketing	205
5.7 Gründungs- und Start-up Förderung	213
5.7.1 Existenzgründungsförderung als traditionelle Aufgabe	213
5.7.2 Förderung von Start-ups	225
5.8 Technologie- und Innovationsförderung	228
5.8.1 Technologietransfer und Innovation	228
5.8.2 Regionale Innovationsökosysteme	235
Martina Knittel: Städtische Innovationsförderung in einer Public-Private Partnership	241
5.9 Clusterförderung und -entwicklung	244
5.9.1 Der Begriff „Cluster“	244
5.9.2 Clusterpolitik zur Förderung regionaler Besonderheiten	245
5.9.3 Instrumente zur Identifikation, Unterstützung und Erfolgskontrolle von Clustern	253
5.9.4 Die Rolle des Clustermanagements als Innovationstreiber	257
5.10 Fördermittel, Subventionen und Finanzierungen	259
5.11 Standortimage und Identität	265
Ulrich Prediger: JobRad® – vom Erfinder des Fahrradleasings zum Motor der Fahrradwirtschaft	269
5.12 Unternehmensbesuche	278
5.13 Verwaltungsoptimierung: One-Stop-Agency	282
5.14 Innenstadtentwicklung und Einzelhandel	284
Roland Wölfel: Zur Transformation der Innenstadt – von der Asset-Klasse zu „Unserer Mitte“: Strategien für eine zukunftsfähige Innenstadtentwicklung	293
5.15 Tourismus	301

Roland Mack: Europa-Park als Wirtschaftsmotor für Südbaden und den gesamten Südwesten 307

6 Erfolgskontrolle 313

6.1 Beurteilung von Indikatoren 313

6.2 Bewertung von Maßnahmen 316

7 Organisation der Wirtschaftsförderung 319

7.1 Allgemeine Rahmenbedingungen 319

7.2 Verwaltungsinterne Organisation 323

7.3 Verwaltungsexterne Organisation 324

7.4 Organisationsformen aus Sicht der Praxis 325

7.4.1 Ausgangslage 325

7.4.2 Öffentlich-rechtliche Organisationsformen 326

7.4.3 Privatrechtliche Organisationsformen 328

7.5 Welche Organisationsform kann empfohlen werden? 334

7.5.1 Die öffentlich-rechtliche Organisationsform 334

7.5.2 Die privatrechtliche Organisationsform 337

7.6 Handlungsempfehlungen 346

7.7 Zusammenarbeit mit Dritten 348

Peter Graf & Christian Heinrich: Die Schule der Wirtschaftsförderer – warum der Erfolgsweg für viele Wirtschaftsförderer in Freiburg beginnt 353

8 Regionalisierung und interkommunale Zusammenarbeit . . . 359

8.1 Der Begriff der Region 359

8.2 Regionalisierung zur gemeinsamen Aufgabenerfüllung 360

Michael Kaiser: Vernetzung, Austausch und Unterstützung für einen starken Standort Region Stuttgart 361

8.3 Interkommunale Konkurrenz und Kooperation 367

8.3.1 Ausgangssituation: Wettbewerb der Standorte 367

8.3.2 Verschärfung interkommunaler Konkurrenz 368

8.3.3	Notwendigkeit der Zusammenarbeit	369
8.3.4	Vorteile und Erfolgsfaktoren regionaler Kooperation	370
8.4	Implementierung regionaler Kooperation	372
8.4.1	Kooperationsbedarf	372
8.4.2	Kooperationsgegenstände	372
8.4.3	Implementierungsprobleme	373
8.5	Beispiel: Interkommunale Industrie- und Gewerbegebiete	377

Markus Riesterer: Vom Fliegerhorst Bremgarten zum Gewerbepark Breisgau	381
---	------------

8.6	Beispiel: Standortmarketing, Akquisition und Bestandspflege	386
8.7	Rechtliche Grundlagen interkommunale Zusammenarbeit	388
8.7.1	Rechtliche Zulässigkeit	388
8.7.2	Rechtliche Grenzen	388
8.8	Organisationsformen interkommunaler Zusammenarbeit	390
8.8.1	Wahlfreiheit	390
8.8.2	Öffentlich-rechtliche Organisationsformen	392
8.8.3	Privatrechtliche Organisationsformen	396
8.8.4	Beurteilung der vorgestellten Organisationsformen	404

Anmerkungen	411
------------------------------	------------

Anhang	423
-------------------------	------------