

Inhalt

Geleitwort von Dr. Dieter Salomon	9
Vorwort	11

Teil I: Grundlagen kommunaler Wirtschaftsförderung

1	Kommunale Wirtschaftsförderung	17
1.1	Zum Begriff „kommunale Wirtschaftsförderung“	17
1.2	Historische Entwicklung	20
1.2.1	Vom Mittelalter bis zum ausgehenden 19. Jahrhundert	20
1.2.2	Entwicklung im 20. Jahrhundert	23
1.3	Rechtliche Grundlagen	27
1.3.1	Rechtliche Zulässigkeit	27
1.3.2	Rechtliche Grenzen	29
1.4	Ziele und Strategien	34
1.4.1	Ziele	34
1.4.2	Strategien	36
1.5	Instrumente	45
1.5.1	Systematisierung	45
1.5.2	Instrumentarium	47
1.6	Organisation	56
1.6.1	Rahmenbedingungen	56
1.6.2	Verwaltungsinterne Organisation	59
1.6.3	Verwaltungsexterne Organisation	61
2	Interkommunale Zusammenarbeit	65
2.1	Zum Begriff „interkommunale Zusammenarbeit“	65
2.2	Historische Entwicklung	67
2.3	Rechtliche Grundlagen	69
2.3.1	Rechtliche Zulässigkeit	69
2.3.2	Rechtliche Grenzen	70
2.4	Vor- und Nachteile	72

2.5	Organisationsformen interkommunaler Zusammenarbeit	75
2.5.1	Wahlfreiheit	75
2.5.2	Öffentlich-rechtliche Organisationsformen	78
2.5.3	Privatrechtliche Organisationsformen	84
2.6	Beurteilung der vorgestellten Organisationsformen	92
2.6.1	Vorbemerkung	92
2.6.2	Öffentlich-rechtliche Organisationsformen	92
2.6.3	Privatrechtliche Organisationsformen	95
3	Regionalisierung der Wirtschaftsförderung	101
3.1	Die Begriffe „Region“ und „Regionalisierung“	101
3.2	Interkommunale Konkurrenz und Zusammenarbeit	103
3.2.1	Ausgangssituation: Wettbewerb der Standorte	103
3.2.2	Ursachen der Verschärfung interkommunaler Konkurrenz	105
3.2.3	Notwendigkeit der Zusammenarbeit	106
3.2.4	Ergebnisse empirischer Untersuchungen	109
3.3	Anreize und Hindernisse	115
3.4	Implementierung regionaler Kooperation	118
3.4.1	Kooperationsbedarf	118
3.4.2	Kooperationsgegenstände	118
3.4.3	Implementierungsprobleme	119
3.5	Kooperationsgegenstände in der Praxis	123
3.5.1	Interkommunale Industrie- und Gewerbegebiete	123
3.5.2	Trägerschaft von Standortgemeinschaften	127
3.5.3	Standortmarketing, Akquisition und Bestandspflege	132

Teil II: Praxis der Wirtschaftsförderung

4	Anforderungen an eine moderne Wirtschaftsförderung	141
4.1	Veränderte Rahmenbedingungen	141
4.1.1	Globalisierung und ihre Folgen	141
4.1.2	Veränderungen der Standortbedingungen	143
4.2	Struktur einer zielorientierten Wirtschaftsförderung	146
4.2.1	Zielgruppen kommunaler und regionaler Wirtschaftsförderung	146
4.2.2	Stellung, Positionierung und Bedeutung der Wirtschaftsförderung	148

5	Wirtschaftsförderung in der Praxis	151
5.1	Wirtschaftsförderung als „rationale“ Wirtschaftspolitik	151
5.2	Analyse	154
5.2.1	Arbeitsmarktentwicklung	154
5.2.2	Bevölkerungsentwicklung	159
5.2.3	Wirtschaftsstruktur	161
5.2.4	Infrastruktur	171
5.2.5	Unternehmensstruktur	192
5.2.6	Gewinnung von Informationen und Daten	194
5.2.7	Benchmarking	195
5.3	Diagnose	196
5.4	Prognose	197
5.5	Aufstellung eines Zielsystems	200
5.6	Maßnahmen der Wirtschaftsförderung	202
5.6.1	Flächenbereitstellung	202
5.6.2	Infrastruktur	217
5.6.3	Kommunikation, Marketing und Netzwerkbildung	229
5.6.4	Standortimage und Identität	244
5.6.5	Innovations- und Technologieförderung	246
5.6.6	Arbeitsmarkt und Beschäftigung	253
5.6.7	Unternehmensansiedlung	258
5.6.8	Projektmanagement	265
5.6.9	One-Stop-Agency – Ansprechpartner für alle Belange	267
5.6.10	Unternehmensbesuche	269
5.6.11	Subventionen, Fördermittel und Finanzierungen	273
5.6.12	Existenzgründungsförderung	277
5.6.13	Einzelhandel	285
5.6.14	Tourismus	292
5.7	Erfolgskontrolle	297
5.7.1	Beurteilung objektiver Indikatoren	298
5.7.2	Bewertung der Maßnahmen	300
5.8	Organisation der Wirtschaftsförderung	302
5.8.1	Ausgangslage	302
5.8.2	Öffentlich-rechtliche Organisationsformen	303
5.8.3	Privatrechtliche Organisationsformen	306
5.8.4	Welche Organisationsform kann empfohlen werden?	310
5.8.5	Zusammenarbeit mit Dritten	324

Ausblick	329
Anlagen	
Leitfaden: Durchführung von Betriebsbesuchen	333
Checkliste: Aufbau einer Betriebsdatei	335
Übersicht: Einrichtungen der Wirtschaftsförderung in Bund und Ländern	339
Stichwortverzeichnis	343
Literatur	351
Autoren	371