

Nachgefragt

Wirtschaftsförderung ohne Standortanalyse – Geht das?

Können Aufgaben und Stellen einer Wirtschaftsförderung ohne faktenbasierte Standortanalyse zielgerichtet definiert werden? Wir sagen: Nein. Ohne Kenntnis der Kompetenzen des Standorts ist keine passgenaue Unterstützung möglich und Förderprogramme tragen nicht zum Erfolg bei.

Nicht selten werden Stellenpläne und Aufgaben von Wirtschaftsförderungs-Organisationen nur im Vergleich mit anderen Wirtschaftsförderungen, Best Practices oder anhand von generellen Vorstellungen, wie Wirtschaftsförderung zu sein hat, festgelegt. Austauschbare Claims wie „In der Mitte Europas“ oder „Die Einkaufsstadt zum Wohlfühlen“ zeigen, dass nicht klar ist, für welche wirtschaftlichen Kompetenzen der Standort steht. Oft werden mit hohem personellen Aufwand Projekte durchgeführt, die im Mainstream liegen, aber den Standort nicht stärken. Im schlimmsten Fall spielt kommunale Wirtschaftsförderung in Zeiten eines verschärften globalen Wettbewerbs überhaupt keine oder nur eine minimale Rolle. Chancen werden auch dadurch vertan, dass Landkreis- und Stadt-Wirtschaftsförderungen manchmal nicht zusammenarbeiten. Interkommunale Gewerbeflächenkonzepte, ein überregionales Standortmarketing oder gemeinsame Innovationsthemen haben wesentlich mehr Strahlkraft, wenn Kräfte gebündelt werden.

Standorte genau analysieren

Der richtige Weg zu einer passgenauen Wirtschaftsförderung ist es, den Standort genau zu analysieren. Es ist essenziell, die wirtschaftlichen Kernkompetenzen und die Wertschöpfungsketten anhand der tatsächlichen Fakten zu untersuchen und nicht auf Meinungsworkshops zu vertrauen. Besondere Bedeutung kommt der Analyse sozioökonomischer Standortfaktoren – wir untersuchen bis zu 80 – zu. Ein weiterer entscheidender Teil der Analyse ist die Untersuchung der Wertschöpfungsketten. Hier erkennt man Zusammenhänge zwischen Branchen innerhalb einer Region zum Teil bis auf Betriebsebene und Entwicklungsdynamiken sowie Veränderungen in der Wirtschaftsstruktur werden deutlich. Aus den Handlungsfeldern werden konkrete Handlungsbedarfe für eine Wirtschaftsförderung und messbare Projekte abgeleitet. Erst dann ist eine eindeutige Ausrichtung der Organisation möglich und ihre Arbeit kann gemessen werden. Zentral ist



Dr. Thomas Birner

ist Geschäftsführer der Lennardt und Birner GmbH – Beratung für Wirtschaftsförderung und Mitglied im Bundesverband Deutscher Unternehmensberatungen (BDU).

dabei die Verstetigung von Aktivitäten. Werden nur allgemeine Projekte – meist vor dem Hintergrund von Förderschienen – umgesetzt, ändern sich Aktivitäten sowie Akteurinnen und Akteure ständig. Für nachhaltige Prozesse und erfolgreiche Zahlen muss in langfristigen Zeiträumen und potenten Wirtschaftsförderungen gedacht und es dürfen nicht immer neue Institutionen geschaffen werden.

Ein Beispiel ist das Thema Wasserstoff, das momentan bei vielen Standorten auf der Agenda steht. Zunächst muss die Analyse ergeben, ob es überhaupt eine Grundlage für ein Engagement gibt. Welche Unternehmen gibt es, wie ist die Hochschullandschaft aufgestellt, in welche Richtung soll das Thema verfolgt werden? Wenn sich konkrete Handlungsfelder ergeben, ist es notwendig, auch die Wirtschaftsförderung mit entsprechender Kompetenz auszustatten. Beispiele dafür sind Know-how zu entsprechenden Förderprogrammen und zu technologischem und betriebswirtschaftlichem Wissen zum Thema Wasserstoff. ■