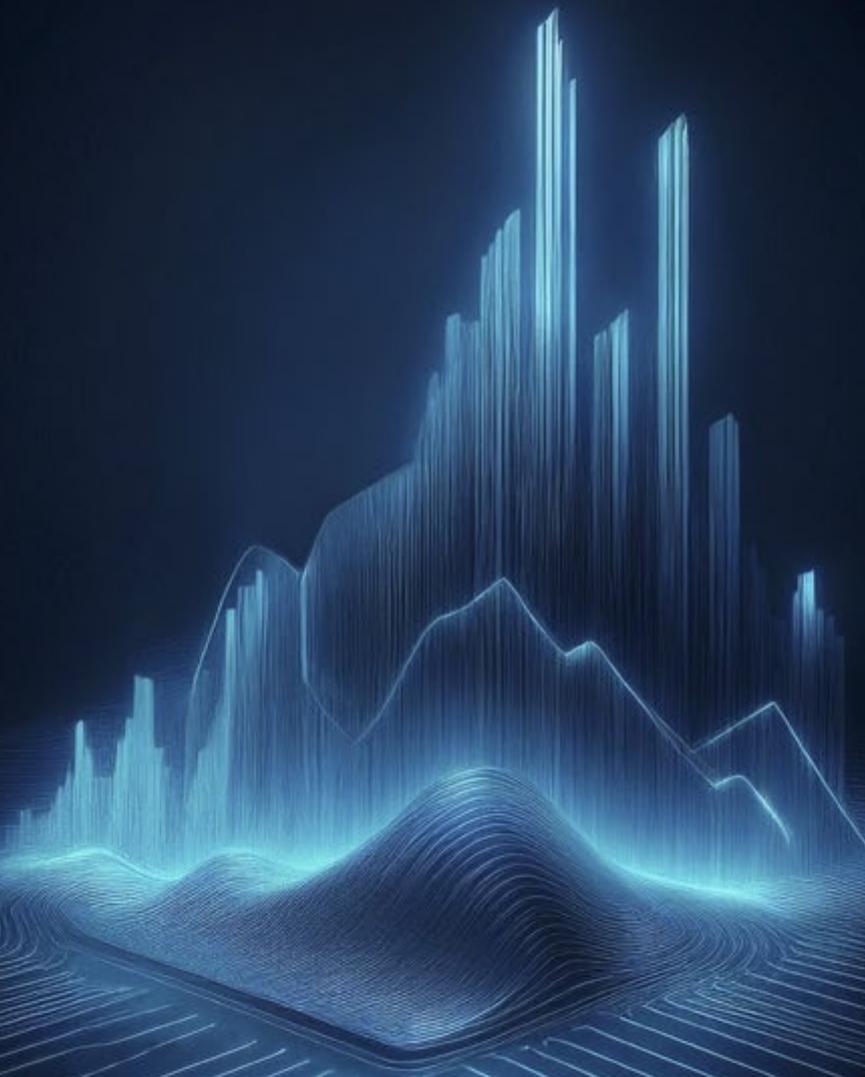


Jürgen Stember und Mandy Ebers

# Wifö-Monitor 2024

Stand, Entwicklungen und Bewertungen  
der kommunalen Wirtschaftsförderungen  
in Deutschland im Jahr 2024





# Inhaltsverzeichnis

- 3** Das „Projekt Wifö-Monitor“
- 4** Der erste Wifö-Monitor 2024
- 6** Herausforderungen für die kommunale Wirtschaftsförderung
- 8** Finanzen und Ausstattung
- 9** Dienstleistungen und Aufgabenbereiche
- 12** Veränderungen in den letzten 5 Jahren
- 13** Zukunftsstrategien
- 14** Standortfaktoren
- 15** Stimmungslage und Zufriedenheit
- 16** Spezialthemen für die nächsten Monitor-Befragungen
- 17** Spezieller Teil: Nachhaltigkeit in der Wirtschaftsförderung
- 19** Zusammenfassung und Fazit

## Herausgeber

Prof. Dr. Jürgen Stember (V.i.S.d.P.)  
Hochschule Harz  
FB Verwaltungswissenschaften  
Domplatz 16  
38830 Halberstadt  
Telefon 03943 / 659 419  
Mail [jstember@hs-harz.de](mailto:jstember@hs-harz.de)  
Website [hnwifoe.de](http://hnwifoe.de)

## Redaktion

Prof. Dr. Jürgen Stember (Ltg.)  
Dr. Mandy Ebers

## Fotos und Grafiken

Sofern nicht anders ausgewiesen,  
liegen die Fotorechte bei der  
Hochschule Harz.

Halberstadt 11/2024



Prof. Dr. Jürgen Stember



Dr. Mandy Ebers

# HOCHSCHULNETZWERK WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG



Das Hochschul-Netzwerk Wirtschaftsförderung ist ein Netzwerk von Hochschulen für angewandte Wissenschaften, die sich seit Jahren mit den Themen der Wirtschaftsförderung beschäftigen. In diesem Netzwerk wollen die Hochschulen ihre Kompetenzen und Expertisen bündeln, um so die wissenschaftlichen Potenziale und vor allem die Zusammenarbeit mit der Praxis zu stärken.



# Das Projekt Wifö-Monitor

Mit der Gründung des Hochschulnetzwerks Wirtschaftsförderung im Jahr 2024 ging auch die Idee eines breitgefächerten Leitprojektes einher. Es sollte ein Instrumentarium nicht nur für die Hochschulen als wissenschaftliche Einrichtungen entwickelt werden, sondern auch ein Instrument für die Praxis. Schnell entwickelte sich die Idee eines regelmäßig durchgeführten Monitors, der die Situation der Wirtschaftsförderungen kontinuierlich beleuchten sollte. Für die Umsetzung des Monitors haben zahlreiche Aspekte und Überlegungen gesprochen:

- So gibt es wenig allgemeine Orientierung zur Wertung von Entwicklungen und Verhalten der Wirtschaftsförderungen, allenfalls punktuelle Studien. Erkenntnisse zur Lage der Wirtschaftsförderungen werden eher punktuell als systematisch erhoben.
- Das Erkennen von „Standards“ und „Innovationen“ ist/war bislang kaum oder nur sehr schwierig möglich (keine bzw. kaum Vergleichsdaten).
- Empirische Forschung war und ist in der Wirtschaftsförderung eher unterrepräsentiert.
- In erster Linie handelt es sich in den Wirtschaftsförderungen eher um ein kooperatives Umfeld und nicht um ein Konkurrenzumfeld.
- Orientierungen fehlen für die Praxis und die Wissenschaft, wobei insbesondere der hohe Bedarf der Praxis an Austausch- und Orientierungsformaten zu nennen ist.
- Aus Sicht der Wissenschaft bestehen zahlreiche Forschungslücken, die mit einer kontinuierlichen Erhebung besser und schneller identifiziert werden könnten.

Das Hauptziel des zukünftigen Monitors sollte vor dem Hintergrund dieser Aspekte in der Erstellung und Etablierung eines jährlich einsetzbaren, empirisch und digital ausgerichteten Monitors bestehen, der regelmäßig Entwicklungen, Einschätzungen und Bewertungen der Wirtschaftsförderungen in Deutschland generieren, auswerten und dokumentieren soll.

# Der erste Wifö-Monitor 2024

Im Zuge der offiziellen Gründung des Hochschulnetzwerks Wirtschaftsförderung wurde entsprechend der genannten Zielsetzungen die erste Monitor-Befragung im Juni 2024 durchgeführt. Der Wifö-Monitor spiegelt mit hoher Aktualität und Repräsentativität Einstellungen, Bewertungen und Einschätzungen der teilnehmenden Wirtschaftsförderungen in Deutschland wider. Folgende Fragen wurden in den Vordergrund der Untersuchung gestellt:

# 359

beteiligte  
Wirtschaftsförderungseinrichtungen

**Was sind die Themen, die Wirtschaftsförderungen bewegen?  
Was sind die Herausforderungen, aber auch zukünftig wichtige  
Ausrichtungen der Wirtschaftsförderungsinstitutionen?  
Welche Tendenzen, Bewertungen und Einordnungen bestehen  
seitens der Befragten?**

Im Vorfeld wurde die Ausrichtung der Online-Befragung im Hochschulnetzwerk abgestimmt und anschließend ein Pre-Test durchgeführt. In jeder der jährlichen Befragungen sollte darüber hinaus jeweils ein besonderer Themenschwerpunkt integriert werden. Im ersten Jahr lag dieser auf dem Thema „Nachhaltigkeit“.

## Zielsetzung und Rahmendaten

- : Messung von Einstellungen, Schätzungen und Bewertungen, die im Vorfeld im Hochschulnetzwerk abgestimmt und durch einen Pre-Test abgeglichen worden sind
- : Integration eines „Spezial-Themas“

## Gesamtbeteiligung

- : Gesamtbeteiligung = 359 beendete Befragungseinheiten Rücklauf (Beendigungsquote) = 18,6 %
- : Gesamtsample (direkt) = Fast 2.200 Wirtschaftsförderungen direkt adressiert
- : Zusätzliche Adressierungen/Hinweise durch KGSt und DVWE sowie Hinweise über LinkedIn

## Methodik und Auswertung

■ Standardisierte Web-Befragung über einen eigenen Verteiler des Hochschulnetzwerks

■ Auswertung Juli/August 2024

■ Durchführungszeitraum: 10. Juni bis 01. Juli 2024 (Reminder am 24. Juni 2024)

■ Fortsetzung mit minimalen Veränderungen und neuem speziellen Teil ab 05/2025

## Beteiligung nach Verwaltungsebenen

Insgesamt haben 359 Wirtschaftsförderungseinrichtungen im gesamten Bundesgebiet an der Befragung teilgenommen. Die Mehrheit der Befragten stammt aus Städten und Gemeinden (48 %), gefolgt von Teilnehmern aus Kreisen und Landkreisen (31 %). Regionen stellen mit nur 5 % den kleinsten Anteil der Befragten dar, es liegt aber in der Natur der Sache, dass sie quantitativ in einem geringeren Maße vertreten sind. Die Verteilung zeigt somit eine starke Präsenz kommunaler Vertreterinnen und Vertreter in der Befragung, wobei auch Landkreise eine bedeutende Rolle spielen.

# 48%

der teilnehmenden Einrichtungen stammen aus Städten und Gemeinden

## Beteiligung nach Organisation

# 68%

der teilnehmenden Einrichtungen stammen aus der öffentlichen Verwaltung

Mit Blick auf die unterschiedlichen Organisationsformen wird deutlich, dass die Mehrheit der befragten Organisationen aus der öffentlichen Verwaltung stammt, wobei der größte Anteil durch Ämter, Abteilungen oder Dezernate vertreten wird (41 %), gefolgt von Stabsstellen (27 %). Damit machen diese Organisationen insgesamt einen Anteil von über zwei Dritteln der Teilnehmenden an der Befragung aus (68 %). Privatrechtliche Gesellschaften bilden einen Anteil von rund einem Viertel der Stichprobe ab (27 %). Kleinere Anteile entfallen auf Eigenbetriebe (2 %) und Sonstige (3 %), während Vereine nicht vertreten sind.

## Beteiligung nach Einwohnerklassen

Die Befragung zeigt eine starke Beteiligung von Städten und Gemeinden mit einer Einwohnerzahl zwischen 25.001 und 50.000 (34 %), gefolgt von Gemeinden mit 10.001 bis 25.000 Einwohnern (24 %). Die Beteiligung von sehr kleinen und sehr großen Städten ist relativ gering.

# 34%

der teilnehmenden Einrichtungen stammen aus Städten und Gemeinden mit einer Einwohnerzahl zwischen 25.001 und 50.000

## Repräsentativität der Befragung

# 18,6%

Rücklaufquote

Die Rücklaufquote von 18,6 % kann als sehr ordentlich betrachtet werden. Aufgrund der darüber hinaus vorhandenen hohen Übereinstimmung von strukturellen Merkmalen der Stichprobe und der adressierten Grundgesamtheit kann von einer hohen Repräsentativität des Monitors ausgegangen werden.

# Herausforderungen für die kommunale Wirtschaftsförderung

## Mangel an Fachkräften und Flächen mit höchster Priorität

Als größte und wichtigste Herausforderungen sehen die befragten Wirtschaftsförderungen zum einen die Arbeitskräfteproblematik und zum anderen die GE-Flächenknappheit (Wertebereich von 1,0 bis 1,5). Den Einschätzungen liegt eine Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (weniger wichtig) zugrunde. Diese Gruppierung hilft, die Prioritäten in der kommunalen Wirtschaftsförderung besser zu verstehen und Ressourcen gezielt dort einzusetzen, wo der größte Handlungsbedarf besteht.

Die Arbeitskräfteproblematik erhält nach Einschätzung der Befragungsteilnehmenden den niedrigsten Wert und wird somit als die dringlichste Herausforderung für die kommunale Wirtschaftsförderung angesehen. Gefolgt von der Gewerbeflächenknappheit – sie wird ebenfalls als eine sehr wichtige Herausforderung betrachtet, was auf die Notwendigkeit hinweist, ausreichende Flächen für Gewerbebetriebe bereitzustellen.

Zu den wichtigen Herausforderungen mit Werten von 1,5 bis 2,0 zählen nach Ansicht der Befragten der demographische Wandel, die Bürokratie und Digitalisierung in der Verwaltung. Mit Blick auf die demographische Entwicklung sehen die Teilnehmenden der Befragung eine hohe Dringlichkeit, da sich die Bevölkerungsstruktur ändert, was langfristige Auswirkungen auf Arbeitsmarkt und Wirtschaft hat. Zudem wird die Bürokratie als bedeutende Anforderung erachtet, die administrative Hürden für Unternehmen schafft und der digitale Fortschritt in der öffentlichen Verwaltung könnte die Effizienz und den Zugang zu Serviceleistungen für Unternehmen verbessern.

Zu Aufgabenstellungen in einem mittleren Bereich mit Werten von 2,0 bis 2,5 zählen das Innovationsmanagement, die Verkehrsinfrastruktur und die Digitalisierung im Unternehmen. Das Innovationsmanagement wird als eine mittelschwere Herausforderung erachtet, was darauf hinweist, dass die Förderung von Innovationen als notwendig angesehen wird, jedoch nicht zu den dringendsten Problemstellungen gehört. Ähnliches gilt für die Verkehrsinfrastruktur, was die Notwendigkeit einer gut ausgebauten Infrastruktur unterstreicht, aber gleichzeitig zeigt, dass sie aktuell nicht als vordringlichste Herausforderung wahrgenommen wird. Für den Aspekt der Digitalisierung in Unternehmen besteht in den Augen der Wirtschaftsförderungen noch erhebliches Verbesserungspotential, jedoch keine unmittelbare Dringlichkeit.

Als weniger bedeutsame Herausforderungen mit einem Wertebereich von 2,5 bis 3,0 werden der Klimaschutz, die Verfügbarkeit von Wohnungen, das Preisniveau für Wohnen sowie der Gewerbeflächenpreis angesehen. Trotz zunehmender globaler Bedeutung wird Klimaschutz im Kontext der kommunalen Wirtschaftsförderung zumindest in diesem Fragenkomplex zwar als Aufgabe, jedoch nicht von höchster Dringlichkeit angesehen. Die Verfügbarkeit von Wohnungen wird zwar als Problem wahrgenommen, jedoch nicht als eine der wichtigsten Herausforderungen eingestuft. Gleiches gilt für das Preisniveau Wohnen, was darauf hindeutet, dass die Höhe der Wohnungspreise nicht zu den vorrangigen Problemen gehört. Der Gewerbeflächenpreis wird als am wenigsten problematisch angesehen, was darauf schließen lässt, dass die Kosten für Gewerbeflächen aktuell keinen großen Druck auf die Wirtschaftsförderung ausüben.

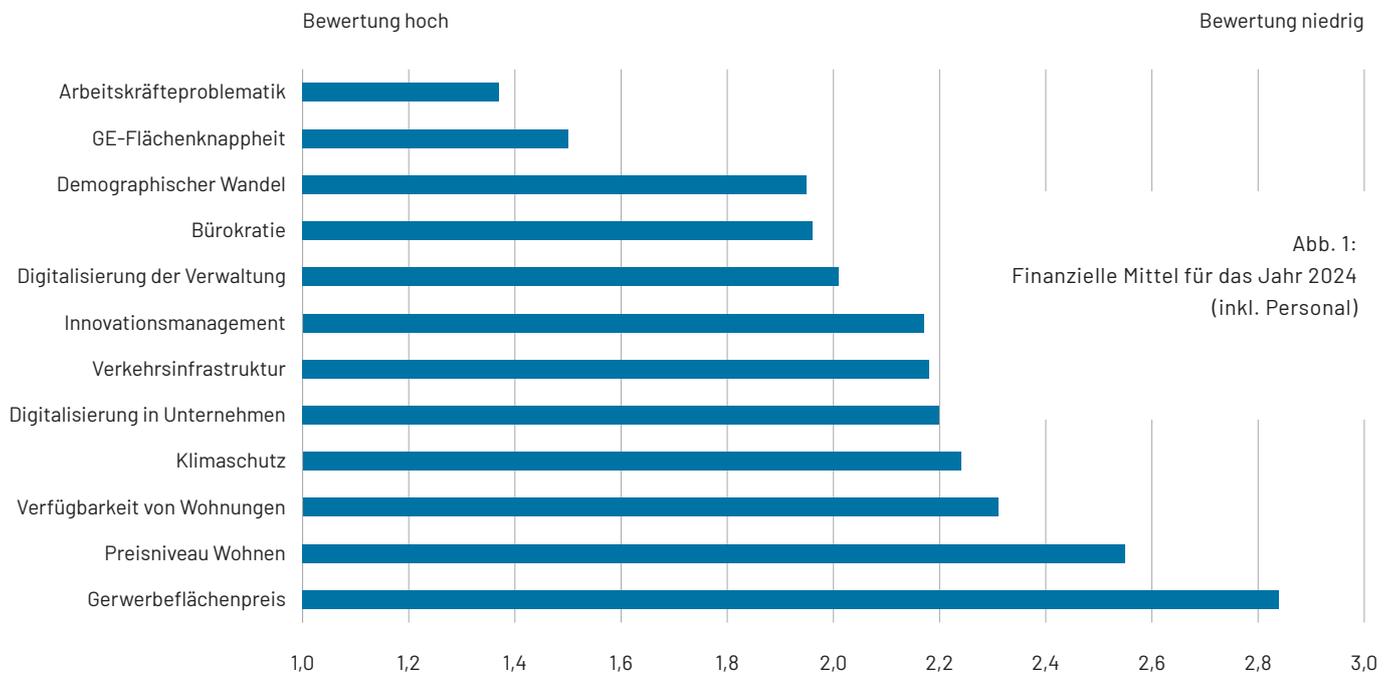


Abb. 1:  
Finanzielle Mittel für das Jahr 2024  
(inkl. Personal)

Basierend auf den ergänzenden Freitexteingaben, die die Befragten unter Sonstiges eintragen konnten, lassen sich die verschiedenen genannten Aspekte in Kategorien einteilen, um einen besseren Überblick zu schaffen.

Hier sind fünf Kategorien, die die wichtigsten Bereiche der kommunalen Wirtschaftsförderung abdecken:

## Wirtschaftliche Entwicklung und Förderung

- Gründerunterstützung
- Nachfolge
- Fördermittellotse
- Gründungs- und Startup Unterstützung
- Akzeptanz von Investitionsvorhaben
- Standortstrategie
- Internationalisierung

## Energie und Umwelt

- Energiethemen (Wind, PV; Wasserstoff, Geo- und Photothermie)
- Grüne Energie
- Energie, Erneuerbare Energien (inkl. Preisniveau)
- Energetische Transformation und Infrastrukturentwicklung

## Zusammenarbeit und Netzwerke

- Vernetzung der lokalen und regionalen Akteure
- Grenzüberschreitende Zusammenarbeit (D-NL)
- Regionale Kooperation

## Infrastruktur und Digitalisierung

- Breitbandausbau
- Glasfaser, Mobilfunk
- Stadtplanung/Konversionsflächen/  
Bundesstraßenplanung
- Flächenkreislaufwirtschaft
- IT-Sicherheit / KI-Technologien

## Politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen

- Weltoffenheit, Vielfalt, Zuwanderung
- Personalausstattung und Finanzen
- Innenstadtförderprogramme Bund und Länder
- Kinderbetreuungsplätze
- Unsicherheiten in den gesetzlichen Rahmenbedingungen
- (Fehlende) Kontinuität der politischen Vorgaben
- EU Beihilfe bei Förderung
- allgemeine wirtschaftliche Lage Deutschlands
- strategisches, zielorientiertes Denken in die Verwaltung bringen
- wirtschaftspolitische Entscheidungen

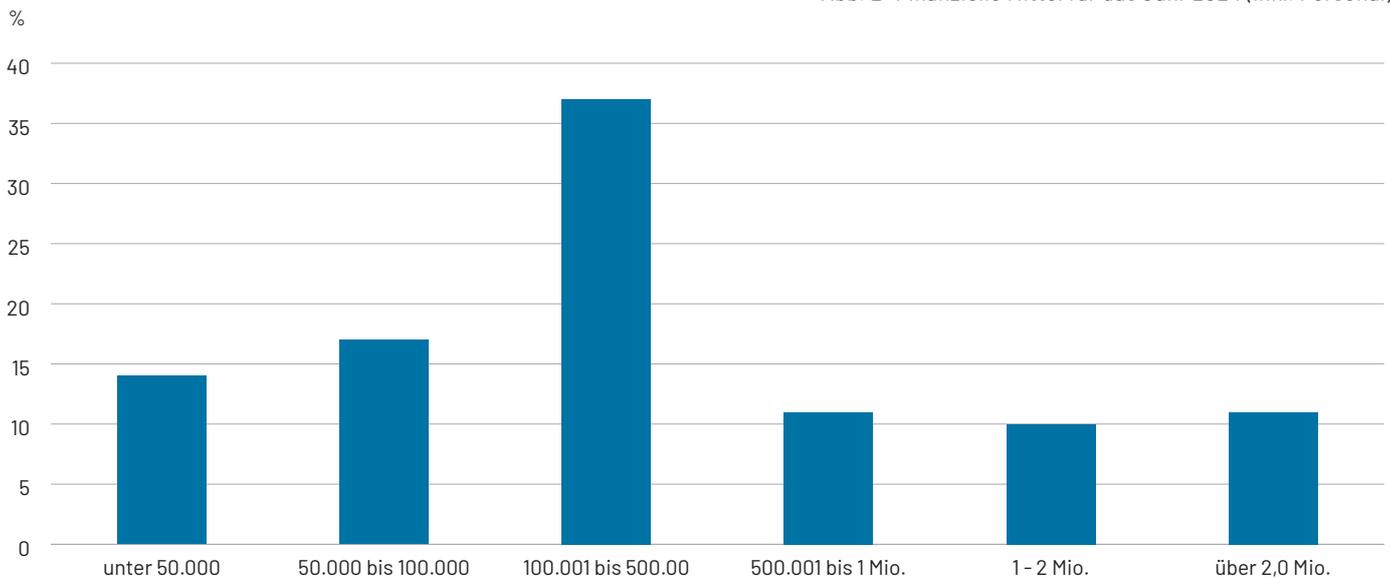
# Finanzen und Ausstattung

Der Fokus auf die finanzielle Ausrichtung und Ausstattung der befragten Wirtschaftsförderungen hat gezeigt, dass die Mehrheit der Organisationen ein mittleres Budget von 100.001 bis 500.000 Euro zur Verfügung hat (37 Prozent). Gefolgt von denen mit geringeren Mitteln zwischen 50.000 bis 100.000 Euro (17 Prozent) und unter 50.000 Euro (14 Prozent). Ein kleinerer Teil verfügt über höhere finanzielle Mittel von über 500.001 Euro (11 Prozent), wobei nur eine kleine Anzahl zwischen 1 und 2 Millionen Euro (10 Prozent) sowie mehr als 2 Millionen Euro zur Verfügung hat (11 Prozent). Dies zeigt die große Spannweite und sehr unterschiedliche finanzielle Ausstattung der befragten Institutionen.

# 37%

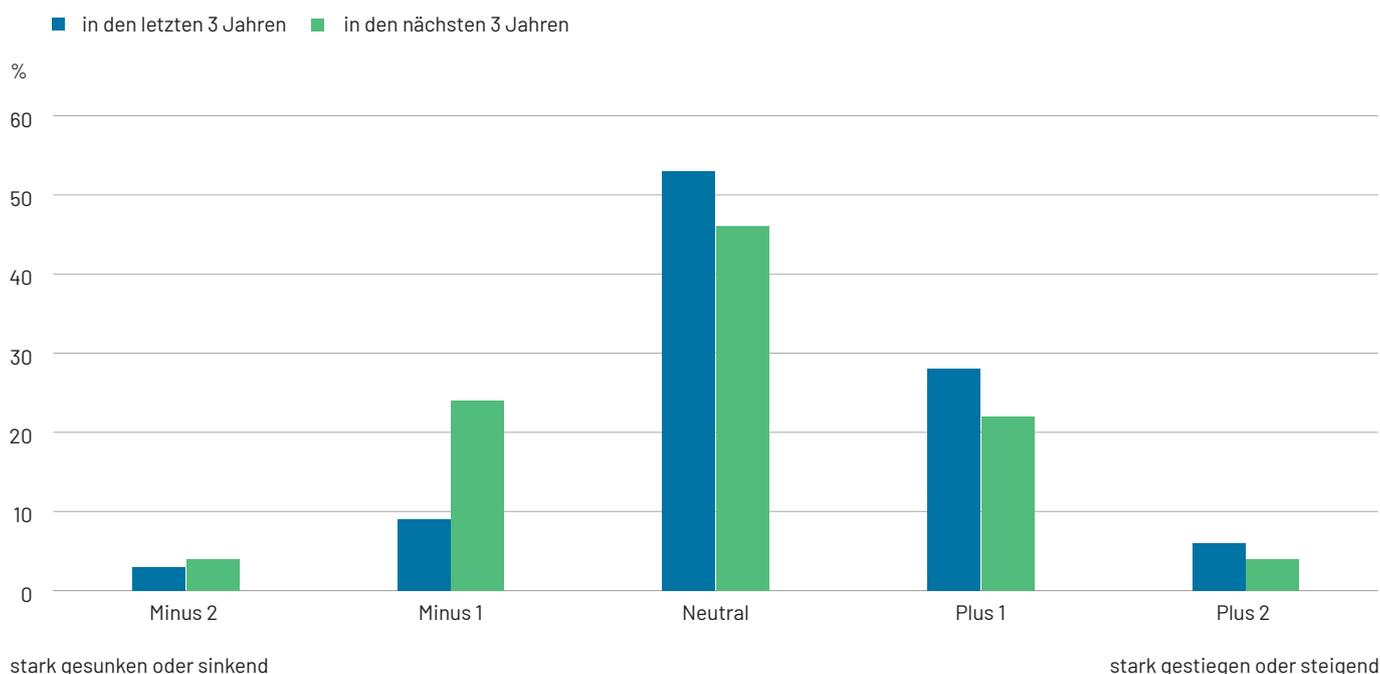
der befragten Wirtschaftsförderungseinrichtungen arbeiten mit einem mittleren Budget von 100.001 bis 500.000 Euro.

Abb. 2: Finanzielle Mittel für das Jahr 2024 (inkl. Personal)



**In den letzten drei Jahren war die finanzielle Ausstattung der meisten Wirtschaftsförderungen entweder gleichbleibend oder hat sich leicht verbessert. Für die nächsten drei Jahre wird mehrheitlich eine konstante Lage erwartet, wobei wenige eine leichte Verbesserung und ein deutlich höherer Anteil leichte Verschlechterung erwarten. Extreme Veränderungen (stark steigend oder stark sinkend) werden aber grundsätzlich nicht erwartet.**

Abb. 3: Finanzielle Ausstattung in den letzten und nächsten drei Jahren



# Dienstleistungen und Aufgabenbereiche

Die Einordnung der verschiedenen Serviceleistungen und Aufgabenbereiche der Wirtschaftsförderung nach ihrer Wichtigkeit und die Bewertung des aktuellen Stands der Zielerreichung zeigt insgesamt Verbesserungspotenziale auf. Hervorzuheben ist, dass sich alle Einschätzungen auf eine insgesamt hohe bis mittlere Priorisierung beziehen.

**Eine hohe Wichtigkeit und große Differenzen bestehen in Bereichen wie Bestandspflege, Standortmanagement, Strategieentwicklung und Standortmarketing.**

Diese Aufgabenbereiche werden als sehr wichtig erachtet, aber die Zielerreichung bleibt nach Einschätzung der Teilnehmenden der Befragung dahinter zurück. Die Dienstleistungsbereiche Existenzgründungsförderung, Organisation und Fördermanagement schneiden in den Augen der Befragten besser ab, da hier die Erwartungen weitgehend erfüllt werden. Das Innovations-/Netzwerkmanagement sowie das Arbeitsmarktmanagement weisen ebenfalls Diskrepanzen zwischen der Relevanz und Bewertung auf, was auf Verbesserungspotenziale hinweist.

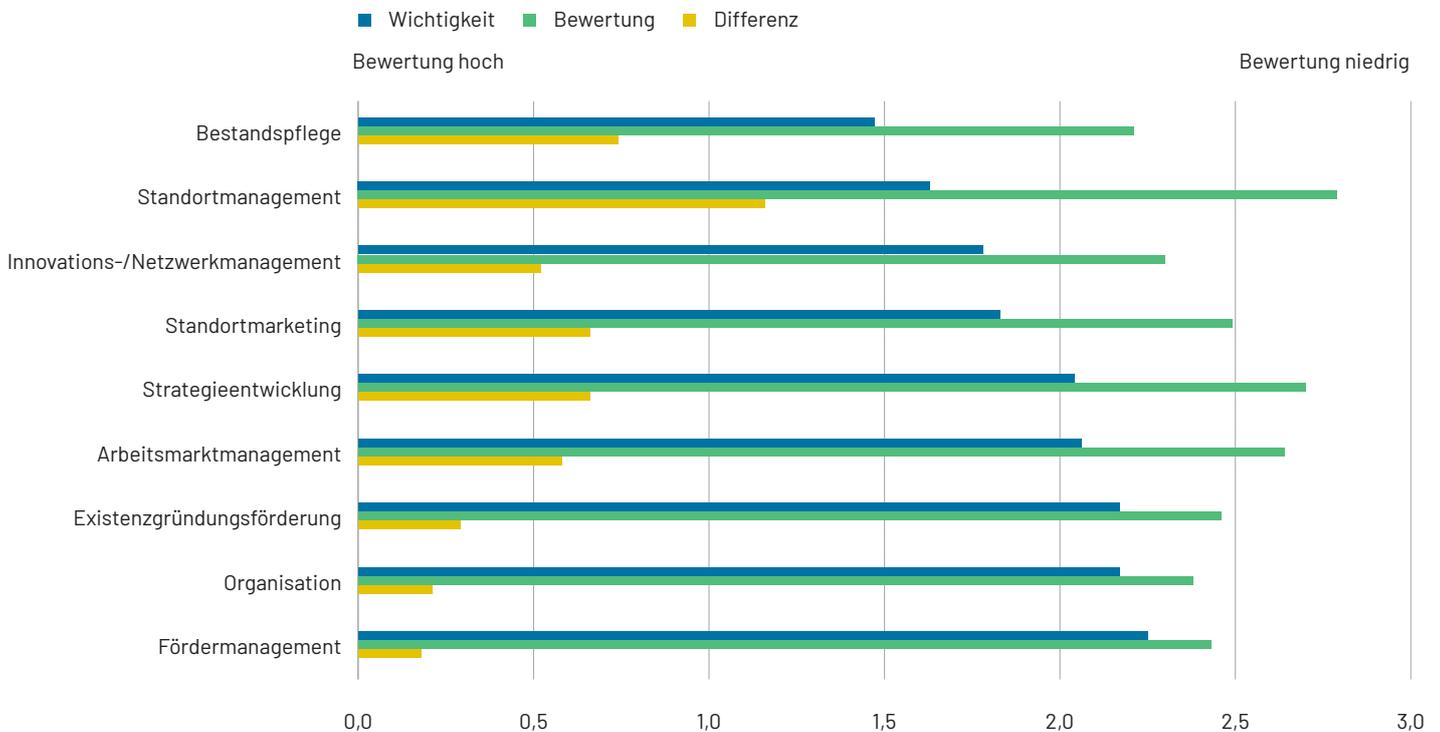


Abb. 4: Gewichtung und Bewertung von Dienstleistungs- und Aufgabenbereichen

Die grafische Darstellung zeigt die Gewichtung (Wichtigkeit) und die Bewertung (aktueller Stand der Zielerreichung) in verschiedenen Dienstleistungs- und Aufgabenbereichen der Wirtschaftsförderung. Die blauen Balken stellen die Wichtigkeit dar, während die grünen Balken die Bewertung der Zielerreichung widerspiegeln. Die gelben Balken zeigen die Differenz zwischen der Wichtigkeit und der tatsächlichen Bewertung, je größer die Differenz,

desto höher der potentielle Handlungs- oder Optimierungsbedarf.

Ergänzend zu den Bewertungen konnten die teilnehmenden Wirtschaftsförderinnen und Wirtschaftsförderer Freitexteingaben vornehmen, die sich in die folgenden 5 Kategorien unterteilen lassen. Um thematische Zusammenhänge sichtbar zu machen, wurden ähnliche Aufgabenbereiche gebündelt:

## Regionalentwicklung und Infrastrukturprojekte

- Regionalmanagement, Projektmanagement
- Regionale, Kreisübergreifende Kooperation
- Dorf- und Regionalentwicklung
- Infrastrukturprojekte wie Mobilfunk und Wasserstoff-Infrastruktur
- Infrastrukturentwicklung im Zuge der Digitalisierung
- Regionalmanagement, Bildung und Kultur, Klimaschutz
- Breitbandkoordination, Radwegekoordination
- Standortübergreifende Initiativen und Projekte
- Gewerbeimmobilienmanagement, Regionalentwicklung

## Unternehmensservice und Wirtschaftsförderung

- Unternehmensansiedlung
- Wegweiser und Lotse für Unternehmen in das städtische Dezernat
- Unternehmensservice – aktive Ansprache/Gespräche von/mit Unternehmen
- Teilnahme an Wettbewerben und Zertifizierungen
- Projektleitungen verschiedenster Projekte (Konzept-/Strategieentwicklungen und Umsetzung, Veranstaltungsplanung)
- Cross Innovation zwischen Corporates und Startups
- interkommunale / regionale Wirtschaftsförderung
- Kampf gegen die Bürokratie
- Teilnahme an Wettbewerben und Zertifizierungen

## Arbeitsmarktförderung und Fachkräftesicherung

- Arbeitsmarktförderung, Ausbildungsplatzförderung
- Berufsorientierung, Demografieprojekte
- Willkommensservice internationale Fachkräfte, Kooperation mit Bildungseinrichtungen
- Fachkräftebezogenes Standortmarketing - Arbeitskräfteansiedelung
- Fachkräftesicherung durch Kreisentwicklungsaufgaben

## Klimaschutz, Energie und nachhaltige Entwicklung

- Energie- und Klimaschutz
- Klimaschutz, Bildung und Kultur (Regionalmanagement)
- Kompetenzstärkung regeneratives Wirtschaften
- Nachhaltigkeit/Energie
- Infrastrukturentwicklung im Zuge der Digitalisierung
- MINT-Förderung
- ÖPNV, Radwegekoordination

## Tourismus und Veranstaltungsmanagement

- Tourismusförderung, Tourismus
- Veranstaltungsmanagement
- Veranstaltungspflege im Rahmen der Brauchtumpflege
- Citymanagement/ Innenstadtentwicklung, Tourismusentwicklung
- Stadtmarketing

## Zusammenfassend lassen sich folgende Schwerpunkte in den Ergänzungen der Befragten ausmachen:

- Tourismus und Veranstaltungsmanagement bildet einen großen Schwerpunkt mit vielen Verknüpfungen zur Stadtentwicklung.
- Regionalentwicklung und Infrastrukturprojekte zeigen die Bedeutung der überregionalen Zusammenarbeit und der Infrastrukturentwicklung für den Erfolg von Kommunen.
- Arbeitsmarktförderung und Fachkräftesicherung stellen die wachsende Bedeutung von Fachkräften und Berufsorientierung in den Fokus.
- Unternehmensservice und Wirtschaftsförderung umfassen Ansiedlung, Unternehmensbetreuung und die aktive Beteiligung an Wettbewerben.
- Klimaschutz und Energie heben die nachhaltige Entwicklung sowie den Ausbau regenerativer Energien als wichtige Aufgaben hervor.

# Veränderungen in den letzten 5 Jahren

Die Bereiche Innovations-/Netzwerkmanagement, Standortmanagement und Bestandspflege haben innerhalb der letzten 5 Jahre die stärkste Bedeutungszunahme erfahren. Dies zeigt, dass die Wirtschaftsförderung zunehmend auf die Unterstützung von Innovationen, die Pflege bestehender Unternehmen und die Entwicklung von Standorten fokussiert ist.

Bereiche wie Existenzgründungsförderung haben dagegen nur eine geringfügige Zunahme erfahren, was möglicherweise auf stabile, aber nicht wachsende Prioritäten in diesem Bereich hindeutet. Hervorzuheben ist, dass es nach Einschätzung der Befragten keine Bereiche mit signifikanter Bedeutungsabnahme gibt und somit die Wirtschaftsförderung wichtige Aufgaben an den Standorten wahrnimmt.

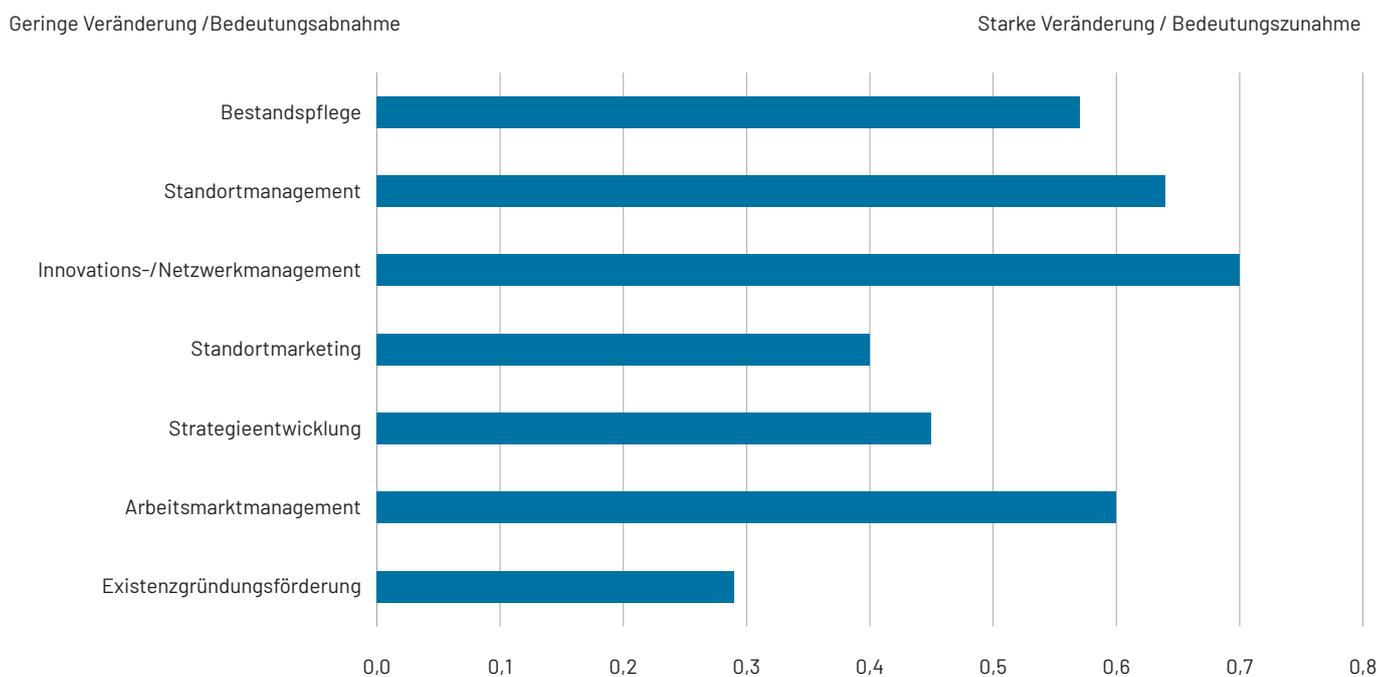


Abb. 5: Veränderung von Dienstleistungs- und Aufgabenbereichen

**Das Innovations-/Netzwerkmanagement zeigt die stärkste Veränderung mit einer deutlichen Zunahme der Bedeutung (0,7). Dies könnte auf die wachsende Wichtigkeit von Innovationen und Netzwerken für die Wettbewerbsfähigkeit der Kommunen und Unternehmen hinweisen.**

Ebenfalls stark gestiegen ist die Bedeutung des Standortmanagements, was die Fokussierung auf die Attraktivität von Standorten und deren Entwicklung widerspiegelt. Die Bestandspflege hat ebenfalls an Bedeutung gewonnen, was auf die Notwendigkeit einer intensiveren Betreuung und Bindung von bestehenden Unternehmen in der Region hindeutet.

Auch der Bereich des Arbeitsmarktmanagements zeigt eine moderate Zunahme, was die steigende Relevanz der Arbeitsmarktpolitik und Fachkräftesicherung in der Wirtschaftsförderung unterstreicht. Dass strategische Planun-

gen zunehmend wichtiger werden, jedoch nicht im gleichen Maße wie die zuvor genannten Bereiche, zeigen die Einschätzungen für den Aspekt der Strategieentwicklung. Zudem weist das Standortmarketing eine leichte Zunahme auf, was darauf hindeutet, dass die Vermarktung von Standorten ebenfalls an Bedeutung gewinnt, allerdings nicht so stark ausgeprägt wie beim Innovations- und Netzwerkmanagement. Am geringsten ist die Veränderung bei der Existenzgründungsförderung: Zwar ist eine Zunahme erkennbar, jedoch nicht so deutlich wie bei anderen Aufgabenbereichen. Somit stellt sich die Förderung von Existenzgründungen als eine konstante, aber nicht stark wachsende Aufgabe dar.

# Zukunftsstrategien

Die Frage nach den Zukunftsstrategien ist auch immer eine Frage nach den zukünftig wichtigen Aktivitäten und Inhalten der Wirtschaftsförderungen. In der Befragung haben wir nach den wesentlichen Elementen von zukünftigen Strategien gefragt und konnten feststellen, dass die regionale und lokale Vernetzung eines der wichtigsten Themen und die Internationalisierung mit Abstand das unwichtigste Thema ist.

Die Top 3 der wichtigsten strategischen Aspekte sind neben der genannten regionalen Vernetzung, die Resilienz oder auch Widerstandsfähigkeit sowie die Innovationsfähigkeit des eigenen Standortes. Mit zunehmendem Abstand folgen die Ausbildung und Qualifizierung und die Nachhaltigkeit, die

im letzten Teil des Monitors genauer untersucht wurde (s.u.). Die Themen Entbürokratisierung und Verwaltungsreform sowie Digitalisierung in Unternehmen liegen nahezu gleichauf im Mittelfeld des Rankings.

Familienfreundliches Leben und Arbeiten sowie die grundsätzliche Wissens- und Innovationsorientierung bilden mit dem Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten den Schlussteil dieser Liste.

Als offene Ergänzungs-, aber Einzelantworten wurden noch die Kreislaufwirtschaft, die künstliche Intelligenz, die erneuerbaren Energien sowie die gesamte Standortpositionierung im Wettbewerb genannt.

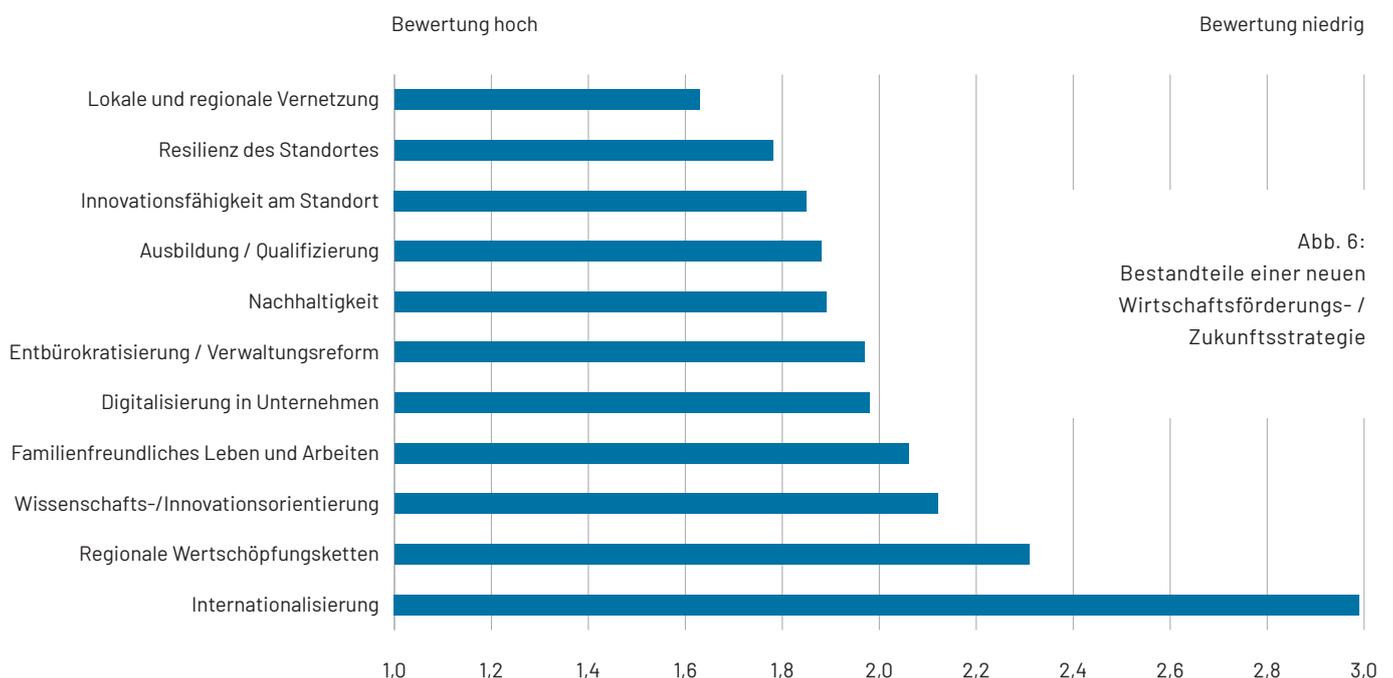


Abb. 6:  
Bestandteile einer neuen  
Wirtschaftsförderungs- /  
Zukunftsstrategie

# Standortfaktoren

Neben den gesamten Herausforderungen zählen die Standortfaktoren zu den wichtigsten Faktoren der Wirtschaftsförderungen, entscheiden sie doch über die konkrete Nachfrage eines Unternehmens. Das Angebot relevanter Standortfaktoren hat sich in den letzten Jahrzehnten enorm verbreitert, so dass sich eine Vorgabe im Rahmen des Monitors als große Herausforderung erwies. Gemeinsam mit Praktikern konnte jedoch eine Liste der Faktoren herausgearbeitet werden, die auch den Pre-Test des Monitors gut überstanden hat, wohlwissend, dass es durchaus sinnvolle Erweiterungen und Zusammenfassungen hätte geben können.

In Abbildung 7 ist das Ergebnis der Befragung nun hinsichtlich der Gewichtung und Bewertung abgetragen, darüber hinaus wurde die Differenz zwischen Gewichtung und Bewertung ebenfalls mit dargestellt. Die Gewichtung war ausschlaggebender Wert für das Ranking, so dass stark gewichtete Faktoren oben, weniger stark gewichtete Faktoren unten zu sehen

sind. Entsprechend der Herausforderungen werden die Top 3 auch hier durch das problematische Arbeitskräfteangebot (allgemein und Fachkräfte) sowie durch die Flächenproblematik (GE-Flächen) gebildet. Dieser hohen Gewichtung stehen aber gleichzeitig die schlechtesten Bewertungen seitens der Wirtschaftsförderungen gegenüber, wodurch sich hier für sehr viele Wirtschaftsförderungen ein großer Handlungsbedarf abzeichnet.

Große Kontraste zwischen Gewichtung und Bewertungen sieht man aber auch in den Bereichen Wohnungsmarkt, Energieversorgung und Mobilfunksituation. Die Gewichtung dieser Faktoren ist aber relativ nicht mehr so stark.

Am unteren Ende der Skala stehen Kulturangebote und Grundstückskosten und erstaunlicherweise auch die sehr schlecht bewerteten Innovationsökosysteme. Bezeichnenderweise sind die Kulturangebote der einzige Standortfaktor, dessen Bewertung besser ist als die Gewichtung.

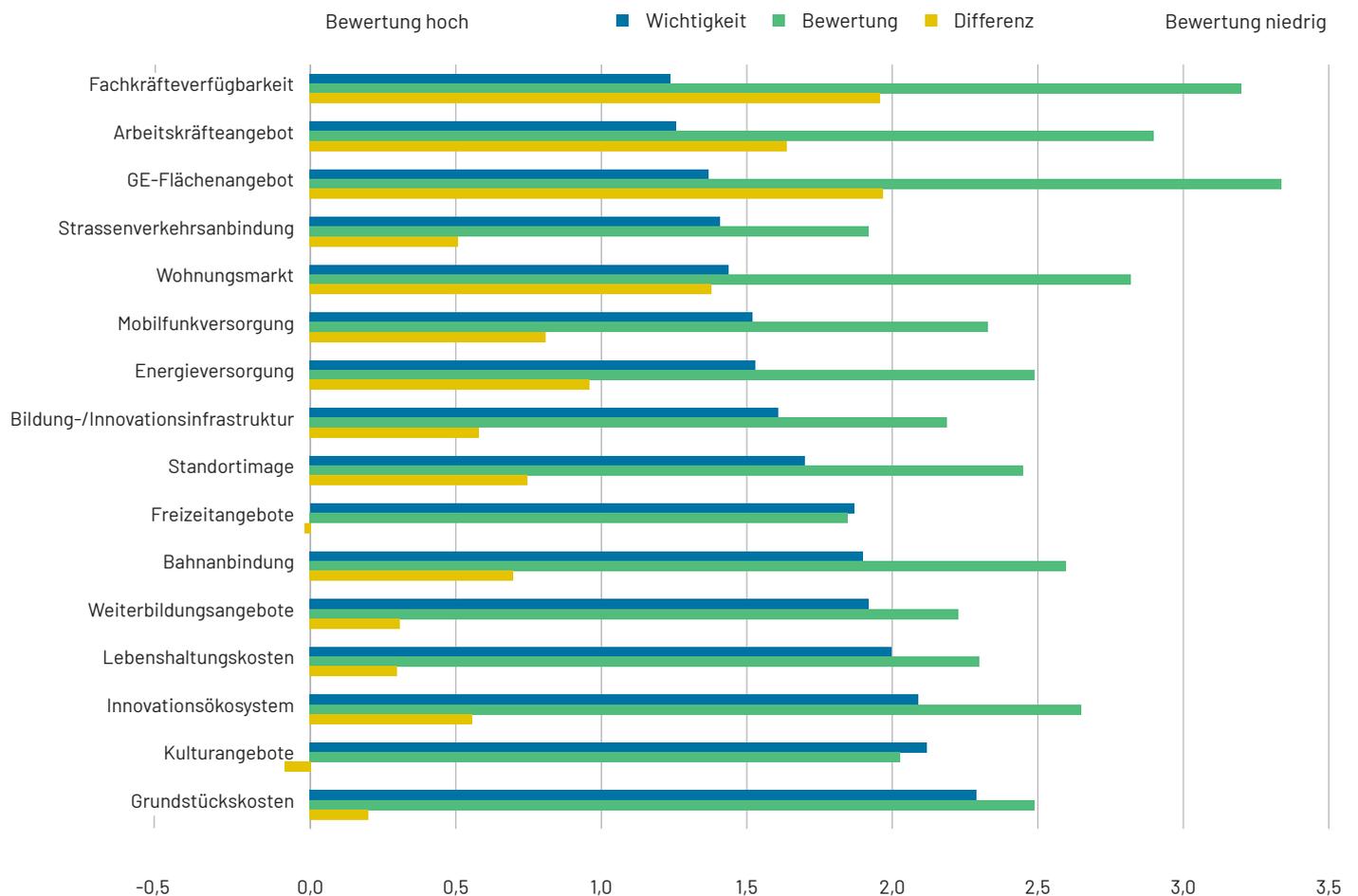


Abb. 7: Bewertung und Gewichtung von Standortfaktoren

# Stimmungslage und Zufriedenheit

Die Stimmungslage und Zufriedenheit spielt seitens der Unternehmen in der aktuellen Presseberichterstattung eine große Rolle. Diese Werte sind häufig wegweisend für bestimmte Krisen oder auch Hinweise auf eine Aufbruchstimmung. In diesem Monitor wurden diese Gedanken im Hinblick auf die Wirtschaftsförderungen aufgegriffen und entsprechend in der Be-

fragung aufgenommen. Und diese Integration erfolgte zum einen bezüglich der Bewertungen der Stimmungslage und zum anderen in Bezug auf die Bewertung der Zufriedenheit mit einigen ausgewählten Faktoren der lokalen Situation.

Abbildung 8 zeigt die Stimmungslage in Bezug auf:

- die aktuelle wirtschaftliche Situation,
- die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung sowie
- die Einschätzung der Wirtschaftsförderungen zur Lage der Unternehmen am eigenen Standort.

Deutlich wird zum einen die eher verhaltene Bewertung der Stimmungslage am Standort, wobei die Hoffnungen auf eine gute zukünftige Entwicklung geringfügig ausgeprägter sind. Signifikant schlechter wird die Stimmungslage bei den Unternehmen am eigenen Standort eingeschätzt. Sie ist fast einen halben Bewertungspunkt schlechter als die Stimmungslage am Standort. Gerade hier spielt natürlich die allgemein

schwierige Wirtschaftslage hinein, die durch die bekannten Faktoren, wie Krisen, bewaffnete Konflikte und hohe Energiekosten, mitgeprägt werden.

Sind diese Zahlen möglicherweise bei dieser ersten Befragung noch nicht ganz aussagekräftig, so werden diese im Laufe der nächsten Monitor-Befragung eine Nachzeichnung der Stimmungslagen ermöglichen.

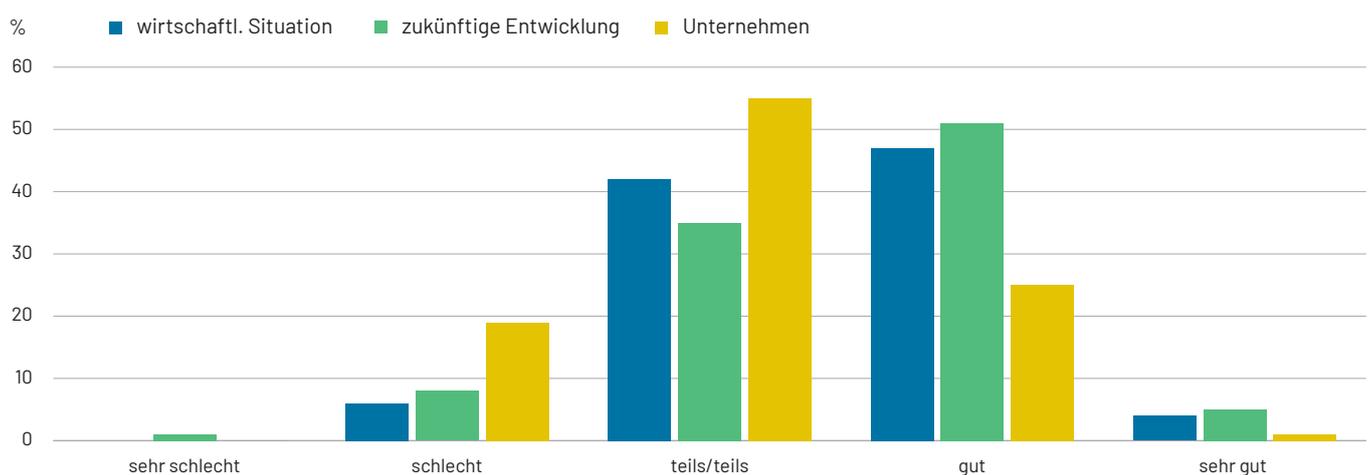


Abb. 8: Einschätzung der Stimmungslage am Standort und bei den Unternehmen

Zufriedenheit ist immer das Ergebnis eines individuellen oder institutionellen Abgleichsprozesses zwischen den eigenen Erwartungen und dem, was man in der Realität antrifft. Insofern sind die beiden Variablen „Eigene Erwartungen“ und Realität natürlich auch nicht statisch, son-

dern unterliegen einem fortwährenden Änderungsprozess. Bei den vorliegenden Ergebnissen in Abbildung 9 spielt dieser Zusammenhang auch eine Rolle, die wir im Laufe der weiteren Befragungen auch besser verstehen und auswerten wollen.

Bei der Auswertung kann man drei Gruppen ausdifferenzieren: Zum einen die „Spitzengruppe“, geprägt durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen und der eigenen Verwaltung sowie die eigenen Erfolge. Daran schließt sich zum anderen ein breites Mittelfeld an, die u.a. die Faktoren Zielerreichungen, Zusammenarbeit mit Wissenschaft oder

Image und Situation des Standortes umfassen. Und abschließend gibt es noch die sehr geringe Zufriedenheit mit der eigenen Ressourcensituation, Finanzen und besonders Personal, als dritte Gruppe. Hier stoßen die Wirtschaftsförderungen augenscheinlich oftmals an ihre individuellen Belastungsgrenzen und finanziellen Möglichkeiten.

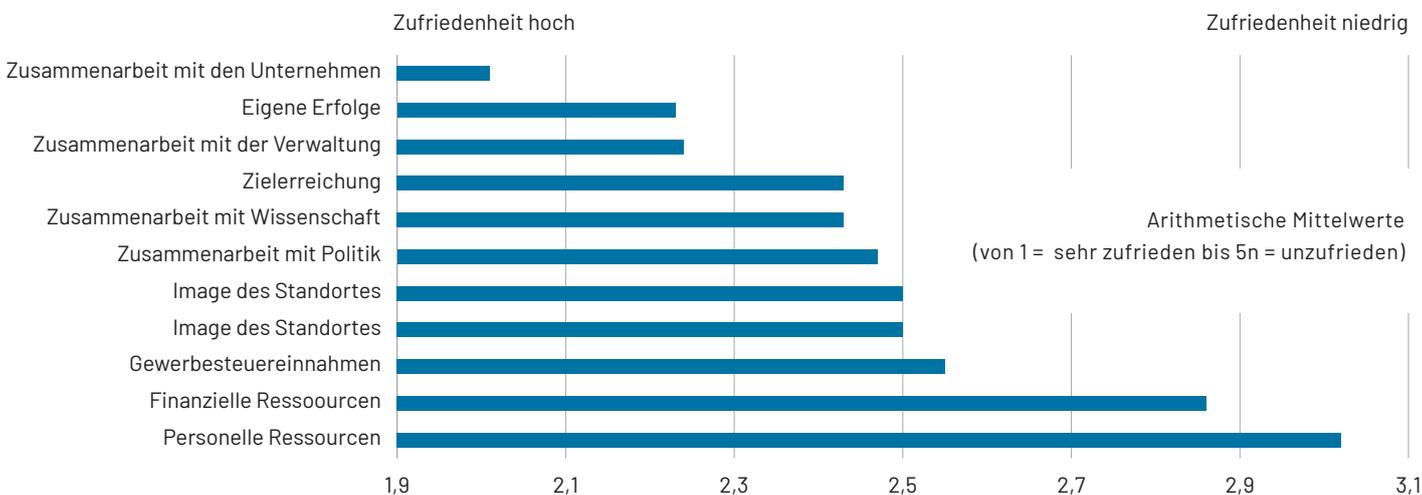


Abb. 9: Spezifische Zufriedenheit der Wirtschaftsförderungen mit ...

# Spezialthemen für die nächsten Monitor-Befragungen

Die Wünsche der Wirtschaftsförderungen für die Abfrage spezieller Themen orientieren sich stark an den Herausforderungen und den Gewichtungen der Standortfaktoren (s.o.), bei denen das problematische Fachkräfteangebot und die schwierige GE-Flächenlage ebenfalls auf den ersten Plätzen gelandet ist. Auf Platz 3 steht das jetzt schon fokussierte Thema der Nachhaltigkeit, allerdings hier in vielschichtigen Facetten und Detailinhalten. Aber auch interne Themen der Organisation der Wirtschaftsförderungen, IT- und KI-Themen sowie die breit gefächerten Inhalte der Ent-Bürokratisierung und Verwaltungsmodernisierung haben einen nennenswerten Anteil im Mittelfeld. Nicht so stark werden die Themen Innenstadtentwicklung, Energiethemen sowie Innovationen und neue Strategien gewünscht.

Rang	Themenkomplex / Problembereiche	Nennungen
1	Fachkräfte / Arbeitsmarkt	23
2	Flächenthemen (GE/GI)	23
3	Gemeinwohl und Nachhaltigkeit	19
4	Wirtschaftsförderung (intern)	16
5	IT-/KI-Themen	13
6	Bürokratieabbau / Verwaltungsmodernisierung	12
7	Innenstadtentwicklung / Leerstand	10
8	Energiethemen	9
9	Innovation / neue Strategien	6
10	Sonstige	7

Tab. 1: Spezialthemen für die nächsten Monitore (Kumulation freier Wünsche)

# Spezieller Teil: Nachhaltigkeit in der Wirtschaftsförderung

Die erste inhaltliche Spezialisierung des Monitors war die Frage nach dem aktuellen und zukünftigen Gewicht der Nachhaltigkeit als Thema für Wirtschaftsförderungen. In der Vergangenheit gab es ja bereits einige konzeptionelle und operative Vorarbeiten zu diesem Thema, u.a. durch ein mehrjähriges Forschungsprojekt des Wuppertal-Instituts mit dem Titel „Wirtschaftsförderung 4.0“ und einer neuen Netzwerk-Gründung im Jahr 2023 (<https://nachhaltigewirtschaftsfoerderung.de/>).

Die Ergebnisse der Monitor-Umfrage zeigen nun, dass das Thema Nachhaltigkeit bereits deutlich stärker innerhalb der Wirtschaftsförderungen verankert worden ist, als man ursprünglich angenommen hat.

Der erste Hinweis ergibt sich aus der thematischen Erschließung der Nachhaltigkeit. So fühlen sich fast drei Viertel der Wirtschaftsförderungen gut bis sehr gut informiert, was die Akteure der Wirtschaftsförderungen von ihren Unternehmen am Standort eher nicht annehmen. Der eingeschätzte Anteil der weniger gut informierten ist mit unter 5 % fast schon verschwindend gering.

# 75%

der befragten Wirtschaftsförderungseinrichtungen fühlen sich bezüglich des Themas Nachhaltigkeit gut bis sehr gut informiert.

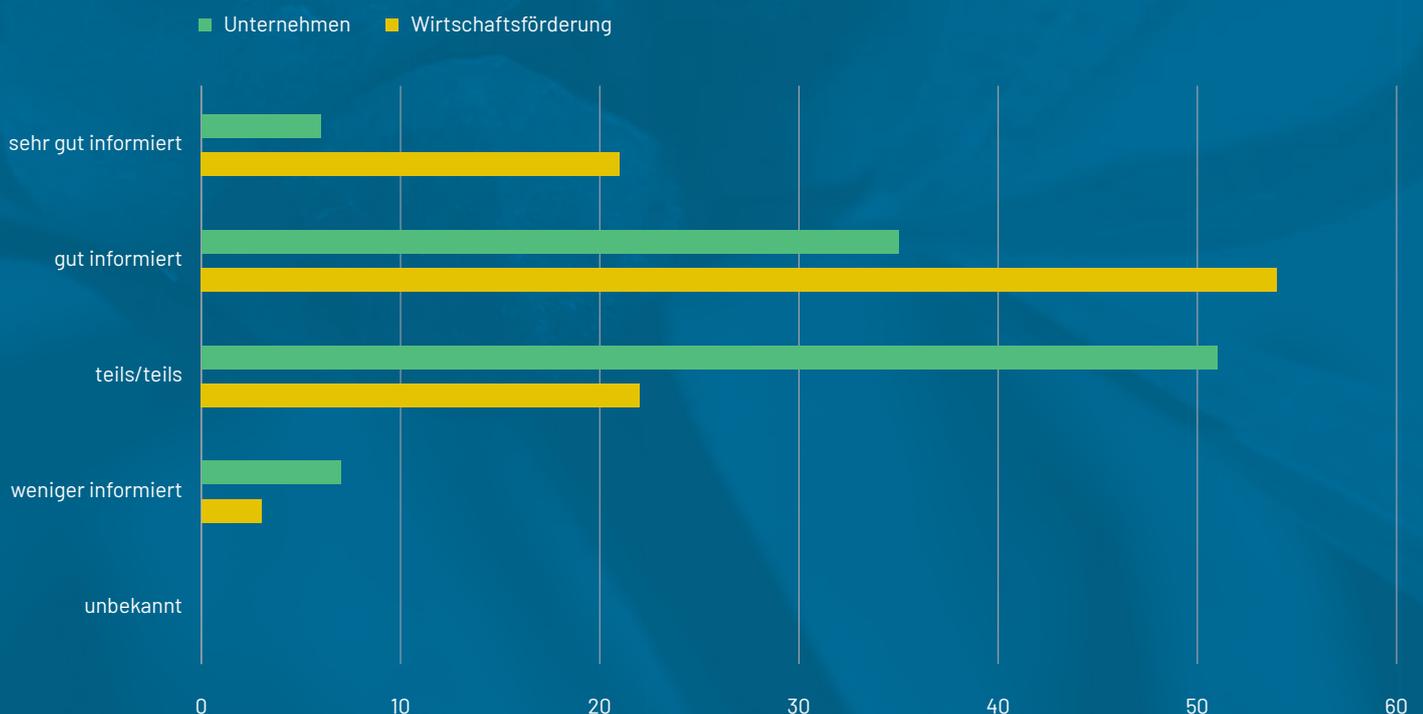


Abb. 10: Einschätzung des Bekanntheitsgrades in der Wirtschaftsförderung und in den Unternehmen vor Ort

Ein nächster Hinweis erschließt sich aus der Bewertung der Bedeutung und Gewichtung von Nachhaltigkeit. Hier wird deutlich, dass – ähnlich wie bei der Beurteilung des Informationsstandes – fast ebenfalls drei Viertel das Thema für wichtig oder sehr wichtig halten. Ebenfalls vergleichbar ist der äußerst geringe Anteil derjenigen, die die Nachhaltigkeit für weniger bzw. für nicht wichtig halten.

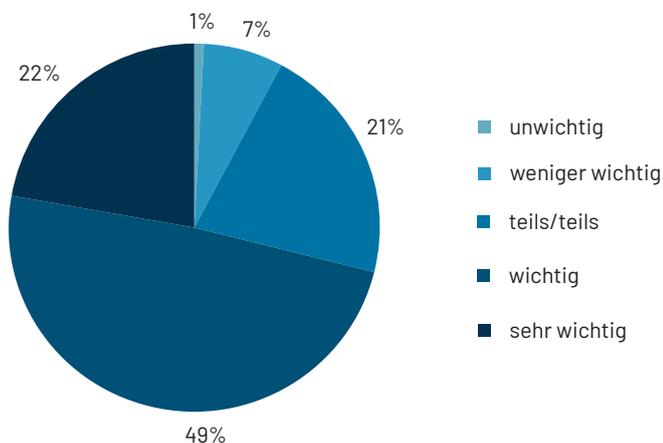


Abb. 11: Wie wichtig ist Ihrer Institution die Transformation in eine nachhaltige Wirtschaft an Ihrem Standort?

Die Frage, ob es an den Standorten bereits Konzepte für Nachhaltigkeit gibt, scheint ein etwas anderes Bild zu liefern. Denn hier sind es „nur“ knapp über ein Viertel der Wirtschaftsförderungen, die ein Konzept vorlegen können. Das Planungspotenzial lässt mit lediglich 13 % auch keine überwältigenden Entwicklungen erwarten, so dass viele Wirtschaftsförderungen auch nicht unbedingt auf eine konzeptionelle Integration setzen.

Nichtsdestotrotz scheinen sich die konzeptionellen Aktivitäten noch in diesem und im nächsten Jahr fortzusetzen, um in 2025 eine Höchstmarke zu erreichen, die dann voraussichtlich im Jahr 2026 deutlich abfällt (s. Abb. 12).

ca. **25%**  
der befragten Wirtschaftsförderungseinrichtungen besitzen ein Nachhaltigkeitskonzept.

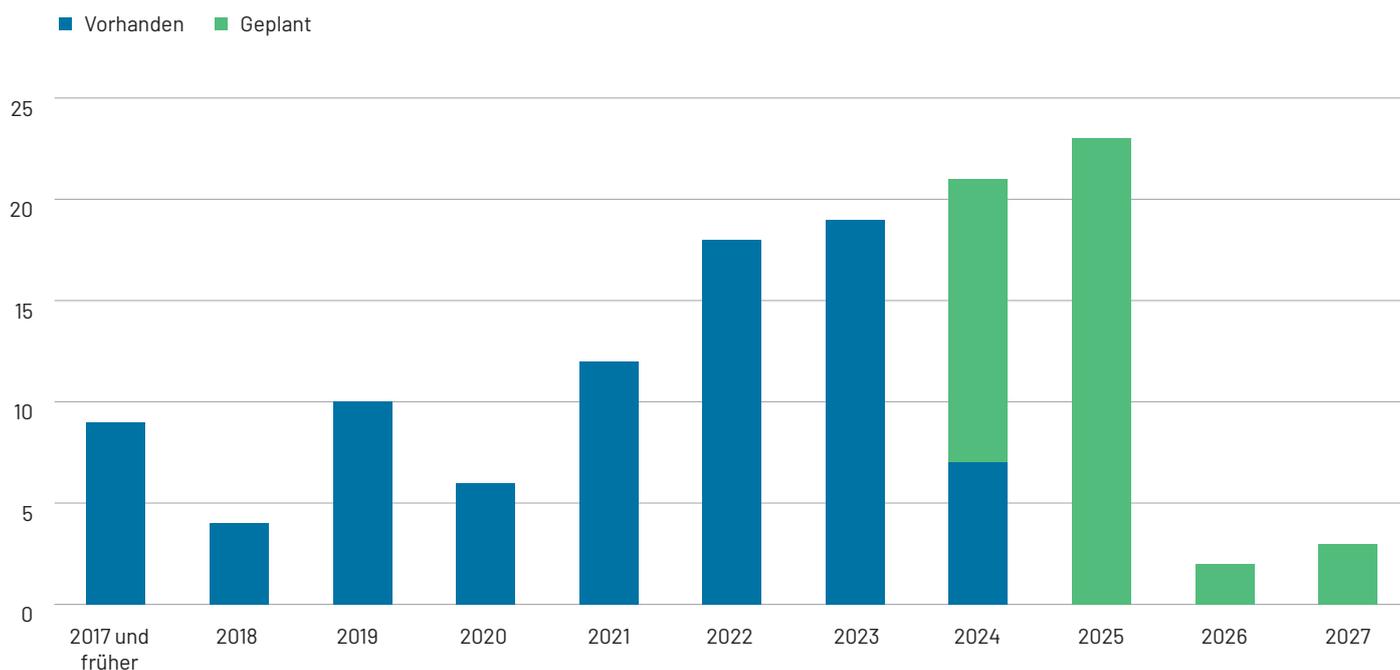


Abb. 12: Erstellung und Planung von Nachhaltigkeitskonzepten

Was die Themenpalette innerhalb der Nachhaltigkeitsaktivitäten angeht, so stehen mit großem Abstand Klimaschutz und -anpassung sowie eine nachhaltige Produktion (von Energie) ganz oben auf der Liste der Aktivitäten. Danach folgen nachhaltige Gewerbegebiete, soziale Nachhaltigkeit, regionale Lieferketten und das Werben um eine nachhaltige Unternehmensführung.

Weitere Themen, die einzeln in einer offenen Ergänzungsfrage genannt wurden, sind nachhaltige Mobilität, nachhaltige Energienutzung / -vernetzung, Kreislaufwirtschaften sowie ein nachhaltiges Flächenmanagement.

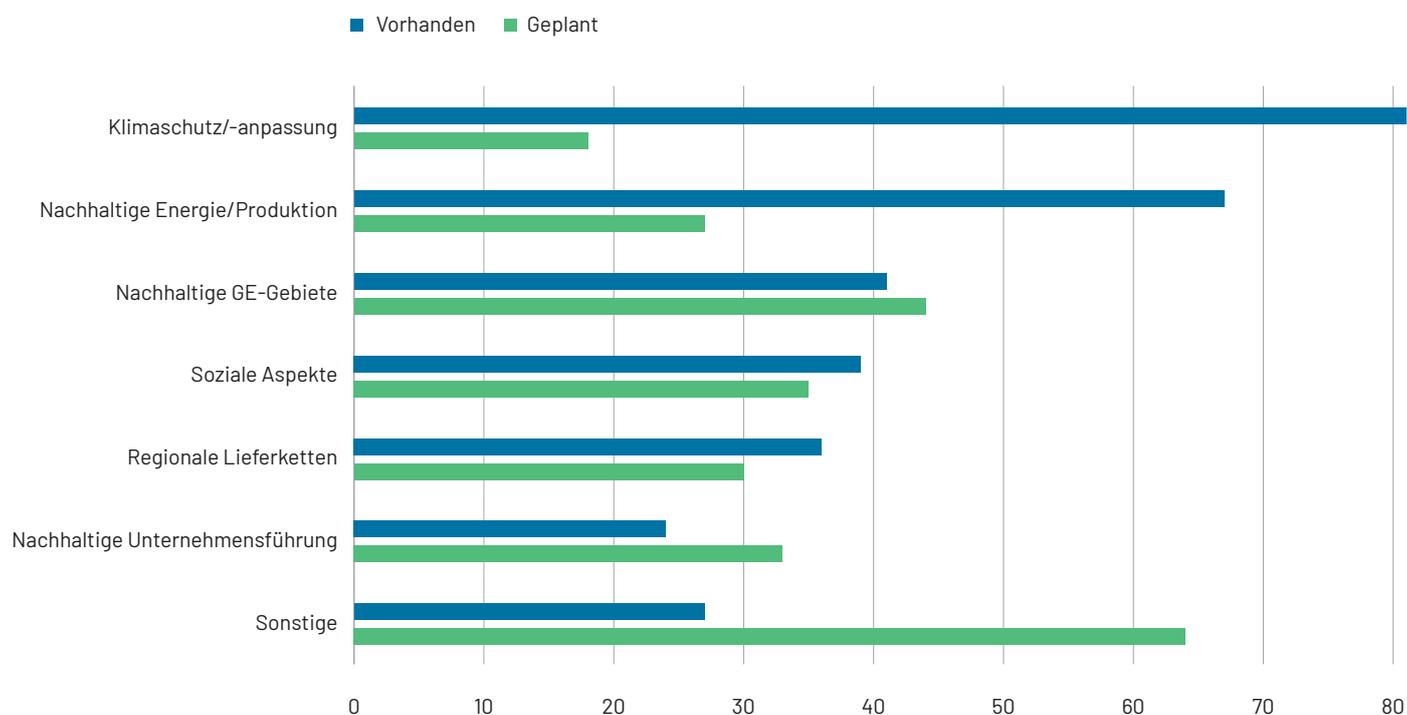


Abb. 13: Erstellung und Planung von Nachhaltigkeitskonzepten

# Zusammenfassung und Fazit

Das zentrale Ziel des neuen Instruments des „Wifö-Monitors“ ist die Messung von Einstellungen, Schätzungen und Bewertungen von zentralen Umfeldfaktoren durch die kommunalen Wirtschaftsförderungen. Die erste Web-Befragung brachte interessante Ergebnisse, die nun allen Interessierten zur weiteren Auswertung und Interpretation zur Verfügung stehen.

Zentrale Herausforderungen für die Wirtschaftsförderungen sind vor allem die Arbeitskräfteproblematik

und GE-Flächenknappheit, gefolgt vom demographischen Wandel, der Bürokratie und der Digitalisierung der Verwaltung. Weniger dringliche Herausforderungen wie Klimaschutz, Wohnungspreise und Gewerbeflächenpreise scheinen derzeit nach Ansicht der kommunalen Wirtschaftsförderung weniger Druck auf die Unternehmen am Standort auszuüben.

In den letzten drei Jahren war die finanzielle Ausstattung der meisten Wirtschaftsförderungen entweder gleichblei-

bend oder hat sich leicht verbessert. Für die nächsten drei Jahre wird mehrheitlich eine konstante Lage erwartet, wobei wenige eine leichte Verbesserung und ein deutlich höherer Anteil leichte Verschlechterung erwarten. Extreme Veränderungen (stark steigend oder stark sinkend) werden aber grundsätzlich nicht erwartet.

- Die Bestandspflege und das Standortmanagement gehören zu den wichtigsten Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung, werden aber insgesamt in ihrer konkreten Ausführung eher verhalten bewertet. Existenzgründerförderung, Organisationsfragen der eigenen Organisation sowie auch das Fördermanagement stehen am unteren Ende der Skala, werden also insgesamt am geringsten gewichtet. Insgesamt liegen aber alle genannten Aufgabenfelder relativ dicht beieinander.
- In den letzten 5 Jahren haben sich relativ starke Veränderungen in der Aufgabenpalette der Wirtschaftsförderungen vollzogen. Nicht zuletzt verursacht durch die Corona-Krise und andere Krisen ist eine Fokussierung auf den eigenen Standort und damit auf die eigenen standortbezogenen Profilierungen zu beobachten. So haben sich die Aufgabenbereiche der Bestandspflege, des Standortmanagements und des Innovations- und Netzwerkmanagements klar zu den wachstumsstärksten Aufgaben entwickelt.
- Die Top 3 der wichtigsten Zukunftsstrategien sind neben der genannten regionalen Vernetzung, die Resilienz oder auch Widerstandsfähigkeit sowie die Innovationsfähigkeit des eigenen Standortes. Mit zunehmendem Abstand folgen die Ausbildung und Qualifizierung und die Nachhaltigkeit, die im letzten Teil des Monitors genauer untersucht wurde. Die Themen Entbürokratisierung und Verwaltungsreform sowie Digitalisierung in Unternehmen liegen nahezu gleichauf im Mittelfeld des Rankings.
- Entsprechend der Herausforderungen werden die Top 3 auch bei den Standortfaktoren durch das problematische Arbeitskräfteangebot (allgemein und Fachkräfte) sowie durch die Flächenproblematik (GE-Flächen) gebildet. Dieser hohen Gewichtung stehen aber gleichzeitig die schlechtesten Bewertungen seitens der Wirtschaftsförderungen gegenüber, wodurch sich hier für sehr viele Wirtschaftsförderungen ein großer Handlungsbedarf abzeichnet.
- Die Stimmungslage der Wirtschaftsförderungen wird zum einen durch eine eher verhaltene Bewertung der Stimmungslage am Standort geprägt, wobei die Hoffnungen auf eine gute zukünftige Entwicklung geringfügig stärker sind.

Signifikant schlechter wird die Stimmungslage bei den Unternehmen am eigenen Standort eingeschätzt. Besonders zufrieden sind die Wirtschaftsförderungen mit der Zusammenarbeit mit Unternehmen und der eigenen Verwaltung sowie mit den eigenen Erfolgen. Deutlich unzufriedener sind die Wirtschaftsförderungen jedoch mit der Ressourcenausstattung der eigenen Organisation, konkret mit der Finanz- und besonders Personalausstattung.

- Die Wünsche der Wirtschaftsförderungen für die Abfrage spezieller Themen orientieren sich stark an den Herausforderungen und den Gewichtungen der Standortfaktoren (s.o.), wo das problematische Fachkräfteangebot und die schwierige GE-Flächenlage ebenfalls auf den ersten Plätzen gelandet sind.
- Die Ergebnisse der Monitor-Umfrage zeigen, dass das spezielle Thema Nachhaltigkeit bereits deutlich stärker innerhalb der Wirtschaftsförderungen verankert worden ist als man ursprünglich angenommen hat. Die informationelle Basis ist genauso wie die Bewertung der Relevanz hoch bis sehr hoch, was sich allerdings nicht so sehr in der Aufstellung von integrativen Strategien oder Konzepten niederschlägt. Was die Themenpalette innerhalb der Nachhaltigkeitsaktivitäten angeht, so stehen mit großem Abstand Klimaschutz und -anpassung sowie eine nachhaltige Produktion (von Energie) ganz oben.

# WiföWissen PODCAST



Themen aus Wissenschaft und Praxis rund um die Wirtschaftsförderung – kommen Sie mit uns ins Gespräch im Podcast „Wifö-Wissen“ oder informieren Sie sich über aktuelle Trends und neue Erkenntnisse aus der Forschung. Inzwischen sind bereits 17 Ausgaben verfügbar. Sie haben Interesse, selbst Teil eines Podcasts zu werden? Dann melden Sie sich unter [jstember@hs-harz.de](mailto:jstember@hs-harz.de)



[wifoe-lab.hs-harz.de/wissen-podcasts.html](http://wifoe-lab.hs-harz.de/wissen-podcasts.html)



HOCHSCHULNETZWERK  
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG